Innovation, Sciences et Développement économique Canada
Innovation, Science and Economic Development Canada

OFFICE DE LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE DU CANADA SONDAGE SUR LA SATISFACTION DE LA CLIENTÈLE 2018

Préparé pour Innovation, Sciences et Développement économique Canada

Nom du fournisseur : Environics Research Group
Numéro de contrat : U8020-186395/001/CY
Valeur du contrat : 147 083,06 $
Date d'attribution : 16 novembre 2017
Date de remise : 9 juillet
Numéro d'enregistrement : ROP 049-17

Pour de plus amples renseignements sur ce rapport, veuillez communiquer avec Innovation, Sciences et Développement économique Canada, à l'adresse : ic.publicopinionresearch-recherchesuriopinionpublique.ic@canada.ca

Canada

Cette publication est également offerte en ligne : http://www.ic.gc.ca/eic/site/112.nsf/fra/accueil.
Pour obtenir un exemplaire de cette publication ou un format substitut (Braille, gros caractères, etc.), veuillez remplir le formulaire de demande de publication : www.ic.gc.ca/demande-publication ou communiquer avec :

Centre de services Web
Innovation, Sciences et Développement économique Canada Édifice C.D.-Howe
235, rue Queen
Ottawa (Ontario) K1A 0H5
Canada

Téléphone (sans frais au Canada) : 1-800-328-6189
Téléphone (international) : 613-954-5031
TTY (pour les personnes malentendantes) : 1-866-694-8389
Les heures de bureau sont de 8 h 30 à 17 h (heure de l'Est)
Courriel : ISDE@Canada.ca

Autorisation de reproduction

À moins d'indication contraire, l'information contenue dans cette publication peut être reproduite, en tout ou en partie et par quelque moyen que ce soit, sans frais et sans autre permission du ministère de l'Industrie, pourvu qu'une diligence raisonnable soit exercée afin d'assurer l'exactitude de l'information reproduite, que le ministère de l'Industrie soit mentionné comme organisme source et que la reproduction ne soit présentée ni comme une version officielle ni comme une copie ayant été faite en collaboration avec le ministère de l'Industrie ou avec son consentement.

Pour obtenir l'autorisation de reproduire l'information contenue dans cette publication à des fins commerciales, veuillez demander l'affranchissement du droit d'auteur de la Couronne : www.ic.gc.ca/demande-droitdauteur ou communiquer avec le Centre de services Web aux coordonnées ci-dessus.© Sa Majesté la Reine du Chef du Canada, représentée par le ministre de l'Industrie, 2018.

N° de catalogue : lu71-4/56-2018F-PDF
ISBN : 978-0-660-27300-6

N.B. Dans cette publication, la forme masculine désigne tant les femmes que les hommes.

Also available in English under the title *2018 Canadian Intellectual Property Office Client Satisfaction Survey - Report*.

Table des matières

RÉSUMÉ DU RAPPORT i
I INTRODUCTION 8
A. CONTEXTE 8
B. OBJECTIFS DE LA RECHERCHE 8
II CONSTATATIONS DÉTAILLÉES — PHASE QUANTITATIVE 10
A. SATISFACTION GLOBALE ET UTILISATION OU APPRÉCIATION DES VOIES DE COMMUNICATION 10
B. PROCESSUS DE DEMANDE 13
C. EXAMEN 18
D. ENREGISTREMENT OU OCTROI 25
E. ASPECTS SUPPLÉMENTAIRES RELATIFS AUX SERVICES 29
F. AUTRES SERVICES 44
G. SERVICES D'INFORMATION 47
H. ANALYSE DES PRINCIPAUX FACTEURS D'INFLUENCE 51
I. PROFIL DES CLIENTS 54
III CONSTATATIONS DÉTAILLÉES - PHASE QUALITATIVE 61
A. OPINIONS GLOBALES SUR LES SERVICES DE L'OPIC 61
B. AVANT LE DÉPÔT 62
C. DÉPÔT D'UNE DEMANDE 64
D. EXAMEN 65
E. ENREGISTREMENT OU OCTROI 67
F. AUTRES SERVICES 68
G. PRINCIPALES CARACTÉRISTIQUES DES SERVICES 69
H. BESOINS ET LACUNES EN MATIÈRE D'INFORMATION 72
I. COMPARAISON AVEC D'AUTRES OPI 73
IV. CONCLUSIONS 74
ANNEXE A — MÉTHODOLOGIE 75
ANNEXE B — QUESTIONNAIRES DE RECRUTEMENT - GROUPES DE DISCUSSION 81
ANNEXE C — GUIDES D'ANIMATION - GROUPES DE DISCUSSION 91
ANNEXE D — QUESTIONNAIRE DU SONDAGE 116

RÉSUMÉ DU RAPPORT

A. CONTEXTE ET OBJECTIFS

La Stratégie de gestion des services élaborée par Innovation, Sciences et Développement économique Canada pour les années 2016 à 2021 stipule que l'organisme est tenu « d'établir des mesures de référence en matière de satisfaction de la clientèle et d'élaborer une proposition permettant une évaluation horizontale de la satisfaction de la clientèle », et ce, avant la fin de l'exercice financier 2017-2018.

Le sondage de l'Office de la propriété intellectuelle du Canada (OPIC) sur la satisfaction de la clientèle a été conçu de façon à servir d'outil de mesure normalisé de la satisfaction de la clientèle. C'est ainsi que le sondage de référence mené en 2017 et 2018 a été pensé comme un instrument de comparaison de la situation actuelle avec celle des vagues à venir, permettant d'évaluer les tendances et les progrès observés au fil du temps. Ce projet incluait également des séances initiales de discussion en groupe, au cours desquelles ont été précisées les questions posées lors du sondage quantitatif.

Les objectifs de ce projet étaient les suivants :

- Élaborer une série d'outils de mesure de la performance devant servir de référence en matière de satisfaction de la clientèle pour l'OPIC;
- Donner un aperçu des priorités des clients de l'OPIC en ce qui concerne la prestation de services;
- Recueillir des données venant appuyer les autres besoins en matière de veille économique liés aux clients de l'OPIC.

B. MÉTHODOLOGIE

1. Phase qualitative

Entre le 6 décembre 2017 et le 16 janvier 2018, Environics Research a tenu une série de neuf séances de discussion en groupe. Sept de ces séances ont été menées en personne (à Ottawa, à Toronto, à Montréal et à Vancouver), alors que deux l'ont été par conférence téléphonique. Les groupes ont été formés selon les types de clients, comme suit :

- **Agents** (3 groupes : 2 pour les brevets et les dessins industriels, et 1 pour les marques de commerce) —Les agents sont des professionnels qui déposent les demandes de PI au nom de leurs clients ou des entreprises qui emploient ces derniers (conseillers internes).
- **Clients non représentés** (2 groupes : surtout pour les marques de commerce) —C'est-à-dire les clients ayant mené à bien le processus menant au dépôt d'une demande de PI sans l'aide d'un agent.
- **Clients représentés** (4 groupes : 3 au Canada et 1 aux États-Unis, mélange de brevets et de marques de commerce) —C'est-à-dire les clients ayant eu recours à l'aide d'un agent pour mener à bien le processus menant au dépôt d'une demande de PI.

Les participants aux séances de discussion en groupe ont été sélectionnés en fonction des Normes pour la recherche sur l'opinion publique effectuée par le gouvernement du Canada — Recherche qualitative[1]. On trouvera une description plus détaillée de la méthodologie qualitative appliquée dans le cadre de ce projet à l'annexe A du présent rapport; est également incluse une copie des instruments de recherche utilisés (annexes B et C).

Limites : L'étude qualitative jette un regard sur la diversité des opinions présentes au sein d'une population plutôt que sur la pondération de ces opinions, ce que mesurerait une recherche quantitative. Les résultats d'une recherche de ce type doivent être considérés comme des indications, mais ils ne peuvent pas être extrapolés à l'ensemble de la population.

2. Phase quantitative

Dans le cadre de la phase quantitative de ce projet de recherche, un sondage en ligne a été mené du 21 février au 22 avril 2018 auprès de 1 136 clients de l'OPIC. La marge d'erreur pour l'échantillon total de 1 136 personnes est de plus ou moins 2,9 points de pourcentage, avec un coefficient de confiance de 95 % (la marge d'erreur est plus élevée au sein des sous-groupes).

L'échantillon fourni par l'OPIC comprenait trois groupes de clients : des agents, des clients non représentés et des clients représentés. Le groupe d'agents a été sélectionné parmi une liste d'agents enregistrés représentant des clients nationaux et internationaux. Ces deux derniers groupes de clients ont été choisis parmi une liste de candidats canadiens si, entre le 1er juin 2016 et le 1er novembre 2017, ils avaient obtenu l'octroi ou l'enregistrement de leur demande de PI, avaient vu leur demande refusée, abandonnée ou retirée, ou avaient déposé une demande qui suivait toujours son cours. Ce sondage se veut une tentative de recensement des clients admissibles pour lesquels des adresses courriel étaient disponibles.

La répartition des entrevues achevées allait comme suit :

	Brevet	DI	MC	Total	Marge d'erreur*	% (réel)**
Agents	113	84	236	**433**	± 4,7	38 %
Clients non représentés	88	20	476	**584**	± 4,0	51 %
Clients représentés	20	3	23	**46**	± 14,4	10 %
Clients divers***	21	6	46	**73**	± 11,5	-
Total	**242**	**113**	**781**	**1136**	± 2,9	100 %
Marge d'erreur*	± 6,3	± 9,2	± 3,5			

* Les marges d'erreur d'échantillonnage indiquées le sont avec un coefficient de confiance de 95 %.

** Représente le pourcentage réel de courriels se trouvant dans la base de données fournie par l'OPIC.

*** Les clients divers sont les personnes ayant indiqué qu'elles ont parfois fait appel à un agent et parfois elles-mêmes échangé avec l'OPIC au cours des 18 derniers mois.

La façon dont le sondage était programmé permettait de sélectionner, lorsque des clients indiquaient avoir mené des activités dans plus d'un secteur au cours des 18 derniers mois, un seul de ces secteurs à propos duquel ils devaient répondre, en priorisant ceux dont les échantillons étaient les plus faibles (dessins industriels et brevets), afin de leur assurer une représentation adéquate dans les données. Les données étaient également pondérées en fonction du pourcentage d'agents, de clients non représentés et de clients représentés dont les adresses courriel figuraient dans le fichier type original.

[1] Normes pour la recherche sur l'opinion publique effectuée par le gouvernement du Canada — Recherche qualitative. https://www.tpsgc-pwgsc.gc.ca/rop-por/documents/rechqual-qualres-fra.pdf

On trouvera une description plus détaillée de la méthodologie quantitative appliquée dans le cadre de ce projet à l'annexe A du présent rapport; est également incluse une copie du questionnaire utilisé (annexe D).

C. VALEUR DU CONTRAT

Le coût de cette recherche s'élève à 147 083,06 $ (TVH comprise).

D. RAPPORT

Ce rapport présente tout d'abord un résumé des principales constatations et conclusions observées, suivi d'une analyse détaillée des résultats des données du sondage et des séances de discussion en groupe. Un document distinct renferme pour sa part un ensemble de tableaux présentant les résultats obtenus à toutes les questions quantitatives du sondage, en fonction de segments de la population définis par groupes de clients, types de PI, régions et autres sous-groupes. Dans l'analyse détaillée, chacun de ces tableaux est associé à une question du sondage.

Dans le présent rapport, les résultats quantitatifs sont exprimés en pourcentages, à moins d'avis contraire. Il est possible que la somme des résultats ne soit pas égale à 100 % en raison de l'arrondissement des nombres ou de réponses multiples. Il est également possible que les résultats nets mentionnés dans le texte ne correspondent pas exactement aux résultats individuels figurant dans les tableaux en raison de l'arrondissement.

E. UTILISATION DES CONSTATATIONS DE LA RECHERCHE

La recherche qualitative menée dans le cadre de ce projet a été utilisée pour concevoir et parfaire le contenu du questionnaire. Le sondage de l'OPIC sur la satisfaction de la clientèle se veut un outil de mesure normalisé de la satisfaction de la clientèle, d'abord utilisé comme mesure de référence en 2017 et 2018, puis potentiellement mis à jour tous les trois ans afin d'évaluer les tendances et les progrès observés au fil du temps.

Le sondage 2018 de l'OPIC sur la satisfaction de la clientèle lui a permis de recueillir des commentaires instructifs de la part de ses clients et intervenants sur la qualité des services offerts. L'OPIC utilisera ces informations pour apporter aux services qu'il offre des améliorations qui s'inscrivent dans la Stratégie en matière de services du gouvernement du Canada, qui vise à améliorer les services offerts aux Canadiens et à accorder la priorité aux clients. Dans l'avenir, l'OPIC entend continuer à mesurer et à surveiller la mise en place d'un modèle de prestation des services et de communiquer les résultats de ses démarches par l'entremise de mécanismes tels que son rapport annuel. L'organisme vise ainsi à s'assurer que ses clients et intervenants ont accès aux informations communiquées au sujet de ses efforts continus d'amélioration.

F. CONSTATATIONS PRINCIPALES — PHASE QUANTITATIVE

Les résultats du sondage quantitatif révèlent une satisfaction modérée à l'endroit de l'OPIC, de vastes progrès pouvant toujours être accomplis dans ce domaine. La moitié des clients (51 %) se disent satisfaits des services fournis par l'organisme; deux sur dix (22 %) se montrent neutres et un quart d'entre eux (27 %) affirment en être insatisfaits. Cette répartition des taux de satisfaction (la moitié des clients se disant satisfaits des services, l'autre moitié étant également partagée entre un sentiment neutre et une insatisfaction) s'avère pratiquement la même pour tous les aspects du service à la clientèle mesurés, y compris en ce qui a trait à l'accessibilité aux services et aux délais avant qu'une demande de PI soit enregistrée ou octroyée.

- On observe par ailleurs que ce taux de satisfaction est légèrement *plus élevé* lorsqu'il est question des services liés au dépôt d'une demande (dans l'ensemble, 57 % des clients ayant déposé une demande au cours de 18 derniers mois se disent satisfaits), et légèrement *plus bas* lorsqu'il est question des services liés à l'examen des demandes (48 % de clients satisfaits) et à la qualité des actions administratives (46 % de clients satisfaits).

- L'OPIC reçoit ses meilleures notes lorsqu'il est question de sa capacité à fournir des services dans la langue officielle choisie par un client (87 % des répondants manifestent leur accord avec cet énoncé), de la facilité de son processus de paiement électronique (73 %) et du professionnalisme de son personnel (67 %). Notons par ailleurs que ce dernier élément est également perçu comme l'une des forces de l'organisme par les participants des séances de discussion en groupe.

- Sans grande surprise, la satisfaction à l'égard du service à la clientèle est étroitement liée au fait de voir sa demande de PI être enregistrée ou octroyée. La satisfaction générale à l'endroit de l'organisme et de certains services précis offerts par celui-ci s'avère généralement plus élevée parmi les répondants ayant obtenu l'enregistrement ou l'octroi de droits de PI au cours des 18 derniers mois, et moins élevée chez ceux dont la demande a été abandonnée ou refusée.

La satisfaction globale à l'égard de l'OPIC s'avère sensiblement la même selon les types de clients, et ce, en dépit des degrés divers d'interactions qu'ont les agents, les clients non représentés et les clients représentés avec l'organisme.

- Les différences les plus notables sont associées aux services de dépôt ou d'examen d'une demande. La satisfaction à l'endroit du service reçu lors du processus de dépôt est plus élevée chez les agents (à 64 %, comparativement à 55 % chez les clients non représentés). On note, particulièrement, que les agents se montrent plus satisfaits de l'efficacité du processus et du fait que les formulaires sont faciles à remplir que de la facilité d'utilisation des bases de données de l'OPIC et de la capacité de ces dernières à leur fournir les informations dont ils ont besoin. Chez les clients non représentés, c'est la situation contraire qui prévaut.

- En revanche, la satisfaction à l'endroit du service reçu lors de l'examen d'une demande est plus faible chez les agents (à 44 %, comparativement à 50 % chez les clients non représentés). Les agents se montrent généralement plus positifs que les clients non représentés lorsqu'il est question de leur capacité à facilement comprendre les actions administratives et leurs discussions avec les examinateurs. Ils se montrent par contre plus sévères en ce qui a trait à la cohérence des décisions de ces derniers et aux délais dans lesquels sont reçues les premières actions administratives.

- Les clients représentés se distinguent par une plus grande tendance à opter pour les catégories « neutre » ou « je ne saurais dire » pour décrire ce qu'ils pensent de l'OPIC, une situation pouvant s'expliquer par le fait qu'ils communiquent principalement avec leur agent plutôt qu'avec l'organisme lui-même. Sinon, le pourcentage relatif d'opinions positives ou négatives qu'ils émettent sur divers sujets est semblable à ce que l'on observe chez d'autres types de clients (c.-à-d. qu'ils ne sont pas plus susceptibles que d'autres répondants d'être satisfaits ou insatisfaits des services de l'OPIC).

Les clients se montrent globalement plus satisfaits des services rendus en matière de dessins industriels (68 %) qu'en ce qui concerne les brevets (55 %) ou les marques de commerce (49 %).

- Cette situation ne peut être attribuée au pourcentage plus élevé d'agents qui traitent, en raison de leur complexité, les demandes relatives aux dessins industriels (48 % des personnes ayant répondu pour les dessins industriels sont des agents, comparativement à 22 % dans le cas des brevets et à 12 % dans le cas des marques de commerce), puisque les agents ne sont pas plus susceptibles que les autres répondants de manifester leur satisfaction générale à l'égard des services de l'OPIC. Les données disponibles indiquent plutôt un taux de satisfaction

significativement plus élevé en ce qui concerne les délais menant à l'enregistrement d'un dessin industriel (67 %, comparativement à 54 % pour l'octroi d'un brevet et à 46 % pour l'enregistrement d'une marque de commerce).

- Bien que le taux de satisfaction global soit statistiquement similaire pour les services associés aux brevets et aux marques de commerce, les points de vue relatifs à ces dernières se distinguent par une plus grande *insatisfaction*. Les clients recevant des services liés aux marques de commerce sont en effet plus susceptibles d'exprimer une certaine insatisfaction en ce qui concerne le dépôt d'une demande, le processus d'examen, la qualité des actions administratives et les délais pour obtenir un enregistrement.

Au-delà du type de client et du secteur d'activité concernés, le taux de satisfaction exprimé par les répondants tend à être *plus élevé* chez les clients représentés et les clients non représentés ayant plus d'expérience en matière de PI (mesurée par un plus grand nombre de demandes présentées au cours des 18 derniers mois), et *plus faible* parmi les agents travaillant auprès d'une clientèle internationale nécessitant des services de PI au Canada (par rapport à ceux travaillant uniquement pour des clients nationaux). Le taux de satisfaction de la clientèle (global et pour certains aspects précis des services de l'OPIC) ne varie pas de façon importante en fonction du sexe, de l'emplacement des clients, de l'industrie ou de la taille de l'entreprise.

Étant donné les variations observées dans l'évaluation de certains aspects des services offerts par l'OPIC, de façon globale et au sein de sous-groupes clés, une analyse en profondeur a été menée afin de déterminer lesquels de ces aspects constituent des éléments moteurs, ou facteurs de premier plan influençant la satisfaction générale des clients à l'endroit des services de l'organisme.

- Il ressort de cette analyse que les clients sont plus susceptibles d'avoir une impression favorable de l'organisme s'ils se montrent satisfaits des services reçus lors du dépôt et de l'examen de leur demande, de même que de la rapidité du processus. Le point de vue des clients représentés et des clients non représentés repose également sur le fait qu'ils ont l'impression (ou non) que l'OPIC n'a rien ménagé pour combler leurs besoins.

- Une analyse de la performance indique de plus que l'OPIC est évalué un peu plus négativement pour ce qui est des aspects suivants : l'évolution et l'ajustement des processus et des services de dépôt et d'examen en fonction des besoins des utilisateurs; la rapidité des actions administratives et les délais entre le dépôt initial et un enregistrement ou un octroi de PI; la cohérence des décisions d'un examinateur à un autre (élément particulièrement faible aux yeux des agents); et, chez les clients représentés et les clients non représentés, l'impression que le personnel de l'OPIC ne ménage rien pour satisfaire leurs besoins. Ainsi, la mesure dans laquelle l'OPIC saura répondre à ces problèmes ou préoccupations sera ce qui contribuera probablement le plus à l'amélioration du taux de satisfaction de ses clients à l'endroit de ses services.

L'OPIC a récemment mis sur pied un programme visant à sensibiliser et à informer les Canadiens au sujet de la PI. Celui-ci inclut un vaste éventail d'outils d'information sur la PI, des séminaires et des événements spéciaux, et fournit un accès aux employés de l'OPIC, susceptibles d'aider les Canadiens à mieux saisir l'importance de la PI et à discuter de leur stratégie en la matière. Comme ce programme débute à peine, seulement un client non représenté et un client représenté sur cinq affirment le connaître. La majorité des répondants (69 %) s'entendent cependant pour dire que ces types de services sont utiles aux entreprises et aux individus.

G. CONSTATATIONS PRINCIPALES — PHASE QUALITATIVE

En matière d'attentes et d'expérience, les groupes de discussion ont permis de révéler deux trajectoires principales associées aux services fournis par l'OPIC.

- On retrouve d'abord les **experts**, qui incluent les agents et certains clients représentés. Les membres de ce sous-groupe, des utilisateurs intensifs et fort expérimentés, sont à la recherche de services adaptés à leurs besoins. À leur avis, les améliorations souhaitées devraient porter sur le perfectionnement de la fonctionnalité des bases de données liées à la PI (surtout la base de données portant sur les marques de commerce); l'atteinte d'une plus grande uniformité dans les évaluations des examinateurs, les délais fixés et l'application des lois ou règlements; et l'amélioration de l'uniformité du processus de PI entre les trois secteurs d'activité.

- Se retrouvent ensuite les **non-initiés**, c'est-à-dire, principalement, les clients non représentés et les clients représentés, mais moins expérimentés. Ce sous-groupe apprécie le processus en ligne automatisé et en libre-service entourant la PI, mais rencontre souvent des problèmes en raison de son manque de connaissances en la matière. En ce qui concerne l'amélioration des services, les priorités des membres de ce sous-groupe se concentrent principalement sur une plus grande clarté des exigences en matière de renseignements et sur un soutien accru leur permettant d'être mieux à même de déposer avec succès une demande de PI.

Toujours en matière de service à la clientèle, certains thèmes communs aux *deux* types de clients ont toutefois été relevés.

- Le personnel de l'OPIC a ainsi fait l'objet de nombreux éloges, étant régulièrement décrit comme professionnel, courtois et soucieux de favoriser une bonne collaboration. Les agents se sont cependant montrés plus susceptibles de suggérer qu'il y avait toujours des progrès à faire, notamment en ce qui a trait à l'accessibilité (ils ont fait part de leur désir d'une communication plus directe que celle entretenue avec le centre d'appels général) et aux connaissances des examinateurs et des autres employés de soutien (dans le cas de ces derniers, surtout en ce qui a trait à la façon dont leur rôle s'inscrit dans le processus de PI dans son ensemble et aux raisons de son importance).

- Parmi les éléments susceptibles d'être améliorés, on notait les suivants : l'amélioration de la précision de l'OPIC et de sa capacité à corriger, rapidement et facilement, les erreurs; une plus grande transparence en ce qui a trait au cheminement d'une demande; et le développement de ses services en ligne (p. ex., un accroissement de son utilisation des courriels ou la disponibilité en ligne de tous les documents liés à un dossier).

L'un des objectifs des séances de discussion en groupe était de déterminer la mesure dans laquelle les clients représentés pouvaient formuler des commentaires sur les services de l'OPIC, leurs communications avec l'organisme étant habituellement assurées par un agent. L'étude menée nous révèle toutefois qu'un nombre non négligeable d'entre eux exprimaient le souhait « de se débrouiller seuls », et que certains l'avaient fait avant de rencontrer certaines difficultés. Puisque l'une des tâches de l'OPIC consiste à guider les clients dans le processus de PI, les clients représentés ont été inclus dans le sondage quantitatif, avec les agents et les clients non représentés.

H. ÉNONCÉ DE NEUTRALITÉ POLITIQUE ET COORDONNÉES

Par la présente, je certifie, en tant que vice-présidente d'Environics Research Group, que les produits livrables sont entièrement conformes aux exigences du gouvernement du Canada en matière de neutralité politique, comme elles sont définies dans la Politique sur les communications et l'image de marque du gouvernement du Canada et dans la procédure de planification et d'attribution de marchés de services de recherche sur l'opinion publique. Plus particulièrement, les produits livrables ne font aucune mention des intentions de vote électoral, des préférences quant aux partis politiques, des positions des partis ou de l'évaluation de la performance d'un parti politique ou de son chef.

Sarah Roberton

Sarah Roberton
Vice-présidente, Affaires générales et publiques, Environics Research
sarah.roberton@environics.ca / 613 699.6884

I INTRODUCTION

A. CONTEXTE

La stratégie de gestion des services élaborée par Innovation, Sciences et Développement économique Canada (ISDE) met de l'avant des propositions précises pour les années 1 et 2, dont un plan visant à établir des mesures de référence permettant une évaluation horizontale de la satisfaction de la clientèle, et ce, pour tous les secteurs du ministère. Plus précisément, cette stratégie stipule que le ministère est tenu « d'établir des mesures de référence en matière de satisfaction de la clientèle et d'élaborer une proposition permettant une mesure horizontale de la satisfaction de la clientèle ».

Le sondage de l'OPIC sur la satisfaction de la clientèle se veut un outil de mesure normalisé de la satisfaction de la clientèle, d'abord utilisé comme mesure de référence en 2017 et 2018, puis potentiellement mis à jour tous les trois ans afin d'évaluer les tendances et les progrès observés au fil du temps.

Dans ce but, le sondage comprenait une série de questions courantes pouvant être utilisées pour tous les secteurs d'ISDE, permettant ainsi une approche cohérente en matière de mesure de satisfaction de la clientèle. Ce projet incluait aussi des séances initiales de discussion en groupe servant à explorer certains aspects des services jugés importants par les clients, de même que les priorités devant être mises de l'avant dans l'avenir. Les informations ainsi recueillies ont été utilisées pour concevoir et parfaire le contenu du questionnaire.

B. OBJECTIFS DE LA RECHERCHE

L'OPIC cherche à mieux comprendre les besoins de sa clientèle, à établir un ordre de priorité dans ses actions et à définir la portée de ses propositions et programmes. Cette définition de la portée de ses programmes et services s'avère par ailleurs essentielle, de nouvelles exigences en matière de déclaration ayant été mises de l'avant par le gouvernement du Canada. À titre d'exemple, les nouvelles exigences du Cadre de responsabilisation de gestion soulignent non seulement l'importance de la collecte systématique des renseignements sur la satisfaction de la clientèle, mais exigent également que les différents ministères démontrent comment la rétroaction reçue au sujet des services fournis est utilisée pour redéfinir et améliorer les programmes de service à la clientèle. De la même façon, la Loi sur les frais de service et la Politique sur les normes de service du Secrétariat du Conseil du Trésor du Canada établissent les exigences en matière de consultation sur les normes de service et rappellent l'importance de valider le taux de satisfaction relatif aux niveaux actuels de services à l'aide de la rétroaction fournie par les clients et d'outils de mesure de la satisfaction de la clientèle.

Les objectifs précis de ce projet étaient les suivants :

- Élaborer une série d'outils de mesure de la performance devant servir de référence en matière de satisfaction de la clientèle pour l'OPIC;
- Donner un aperçu des priorités des clients de l'OPIC en ce qui concerne la prestation de services;
- Recueillir des données venant appuyer les autres besoins en matière de veille économique liés aux clients de l'OPIC.

Cette étude se divisait en deux phases, une première qualitative (sous la forme de séances de discussion en groupe), et une seconde quantitative (sous la forme d'un sondage en ligne). Son public cible était constitué de clients ayant présenté au moins une demande de propriété intellectuelle pour l'un des secteurs d'activité de l'OPIC (brevets, marques de commerce et dessins industriels) au cours des 18 derniers mois. Les échantillons de clients ont été fournis par l'organisme. Ce rapport commence par un résumé analytique résumant les constatations et résultats clés, suivi d'une analyse détaillée des données

qualitatives et quantitatives du projet. Un document distinct renferme pour sa part un ensemble de tableaux présentant les résultats obtenus à toutes les questions du sondage, en fonction de segments tels que le type de clients et les secteurs d'activité.

Comment interpréter ce rapport

Dans le présent rapport, les résultats quantitatifs sont exprimés en pourcentages, à moins d'avis contraire. Il est possible que la somme des résultats ne soit pas égale à 100 % en raison de l'arrondissement des nombres ou de réponses multiples. Il est également possible que les résultats nets mentionnés dans le texte ne correspondent pas exactement aux résultats individuels figurant dans les tableaux en raison de l'arrondissement.

Les données présentées dans ce rapport se fondent sur l'échantillon total à qui on a demandé de répondre à chaque question. Par conséquent, les résultats déclarés comprennent les répondants sans opinion (c.-à-d., les personnes qui au lieu de dire qu'elles étaient ni en accord ni en désaccord ont indiqué « Je ne saurais dire »). Pour la majorité des questions, la proportion de répondants sans opinion est plutôt modeste (moins de 10 pour cent), mais pour certaines questions, est nettement plus élevée. Par conséquent, il convient de noter que certains niveaux d'accord ou de satisfaction sont plus bas en raison de la proportion plus élevée que la moyenne de répondants sans opinion de l'attribut de service, plutôt que du niveau fondamentalement faible d'accord ou de satisfaction.

II CONSTATATIONS DÉTAILLÉES — PHASE QUANTITATIVE

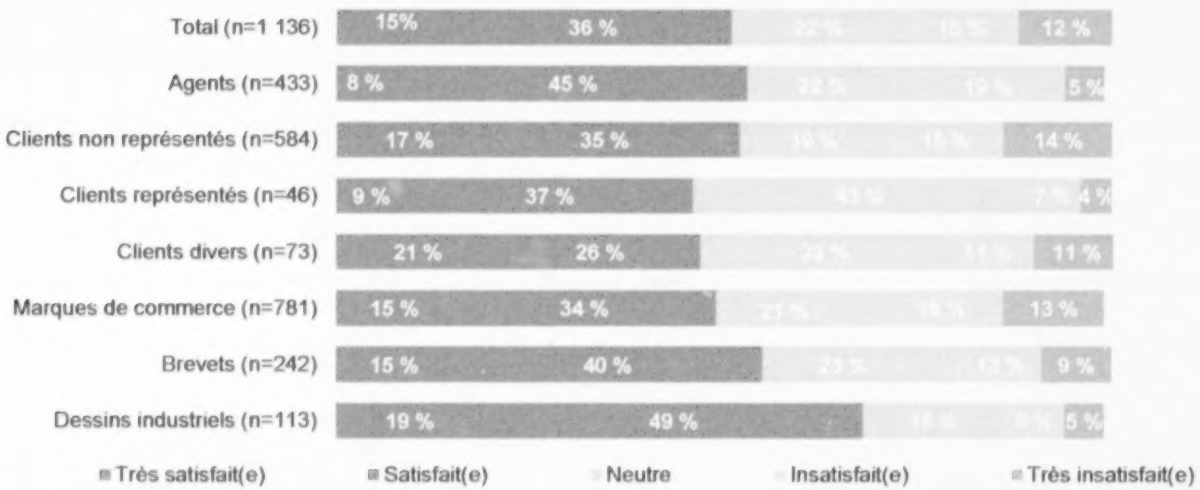
A. SATISFACTION GLOBALE ET UTILISATION OU APPRÉCIATION DES VOIES DE COMMUNICATION

1. Satisfaction à l'égard des services fournis par l'OPIC

La moitié des clients se montrent satisfaits des services qui leur ont été fournis par l'OPIC au cours des 18 derniers mois.

Appelés à évaluer leur satisfaction globale à l'endroit des services fournis par l'OPIC en ce qui concerne la propriété intellectuelle (brevets, marques de commerce ou dessins industriels, selon le secteur concerné au cours des 18 derniers mois), les trois principaux groupes de clients de l'organisme (agents, clients non représentés et clients représentés) se montrent, dans l'ensemble, près de deux fois plus susceptibles d'en être satisfaits plutôt qu'insatisfaits. Ainsi, un peu plus de la moitié des répondants (51 %) expriment une certaine satisfaction à propos des services reçus (15 % s'en disent même très satisfaits), alors qu'un quart d'entre eux (27 %) s'en montrent plutôt insatisfaits (dont 12 % qui disent en être très insatisfaits). Deux personnes sur dix affirment être neutres.

Niveau de satisfaction globale à l'égard des services fournis par l'OPIC



Q.4 Dans l'ensemble, dans quelle mesure avez-vous été satisfait(e) des services qui vous ont été fournis par l'OPIC en ce qui concerne les ____?

La satisfaction globale à ce sujet (les répondants se disant très satisfaits ou satisfaits) est plus élevée chez les personnes ayant reçu des services reliés aux dessins industriels (68 %) plutôt qu'aux brevets (55 %) ou aux marques de commerce (49 %).

Bien que le taux de satisfaction exprimé s'avère sensiblement le même pour tous les types de clients, les agents sont tout de même moins susceptibles que les autres de se dire très satisfaits des services, et

plus susceptibles d'en être simplement satisfaits. Il importe également de noter qu'il est plus probable que les clients représentés affirment être neutres (43 %), une situation s'expliquant probablement par leur moins grande expérience personnelle des services de l'OPIC. Une certaine insatisfaction est plus courante chez les agents (24 %) et les clients non représentés (29 %), ce dernier groupe s'avérant par ailleurs le plus susceptible de se montrer très insatisfait (14 %).

La satisfaction globale se révèle aussi plus forte chez les répondants qui ont obtenu l'octroi ou l'enregistrement de leur PI (62 %, comparativement à 40 % de ceux pour qui ce n'est pas le cas) et chez ceux n'ayant pas rapporté d'abandon ou de refus (57 %, par rapport à 36 % de ceux l'ayant fait). Parmi les clients représentés et les clients non représentés, on observe que le taux de satisfaction à l'égard des services augmente de façon proportionnelle au nombre de demandes présentées (de 47 % chez ceux ayant présenté une demande à 64 % chez ceux en ayant présenté trois ou plus). Ce taux est également plus élevé chez la minorité d'agents ne travaillant qu'avec des clients canadiens (67 %, comparativement à 48 % de ceux travaillant auprès d'une clientèle internationale nécessitant des services de PI au Canada).

2. Utilisation des voies de communication

La consultation du site Web de l'OPIC à partir d'un ordinateur de bureau s'avère la voie de communication la plus utilisée. Le faible nombre de personnes optant pour des visites en personne s'en disent généralement satisfaites. Le téléphone s'avère pour sa part la voie de communication dont les répondants sont les plus satisfaits.

a) Voies de communication utilisées au cours des 18 derniers mois

Appelés à dire, à partir d'une liste de voies de communication, celles qu'ils avaient utilisées pour obtenir des services de l'OPIC au cours des 18 derniers mois (plusieurs réponses étaient permises), les clients affirment, en majorité, avoir eu recours au site Web de l'OPIC, consulté à partir d'un ordinateur de bureau (86 %). Onze pour cent d'entre eux disent également avoir consulté le site de l'organisme, mais à partir d'un appareil mobile. Suivent, dans l'ordre, le téléphone (53 %), le courriel (39 %) et la poste (29 %). Peu de personnes affirment avoir eu recours à d'autres canaux (p. ex., le télécopieur ou les visites en personne).

Voies de communication utilisées afin d'accéder aux produits et aux services de l'OPIC au cours des 18 derniers mois

Voie de communication	Total (n=1 136)	Groupe de clients			
		Agents (n=433)	Clients non représentés (n=584)	Clients représentés (n=46)	Clients divers (n=73)*
Site Web de l'OPIC (à partir d'un ordinateur de bureau)	86 %	93 %	86 %	70 %	86 %
Téléphone	53 %	68 %	52 %	24 %	48 %
Courriel	39 %	38 %	39 %	28 %	48 %
Poste	29 %	41 %	28 %	11 %	21 %
Télécopieur	13 %	39 %	8 %	2 %	10 %
Site Web de l'OPIC (à partir d'un appareil mobile)	11 %	18 %	9 %	15 %	10 %
Visite en personne	3 %	5 %	3 %	-	1 %
Aucune de ces réponses	1 %	1 %	< 1 %	22 %	3 %

Q5 Lesquelles des voies de communication suivantes avez-vous utilisées afin d'accéder aux produits et aux services de l'OPIC en ce qui concerne les [TYPE DE PI : brevets/marques de commerce/dessins industriels] au cours des 18 derniers mois? Veuillez sélectionner toutes les réponses qui s'appliquent.

** Les clients divers sont les personnes ayant indiqué qu'elles ont parfois fait appel à un agent et parfois elles-mêmes échangé avec l'OPIC au cours des 18 derniers mois.*

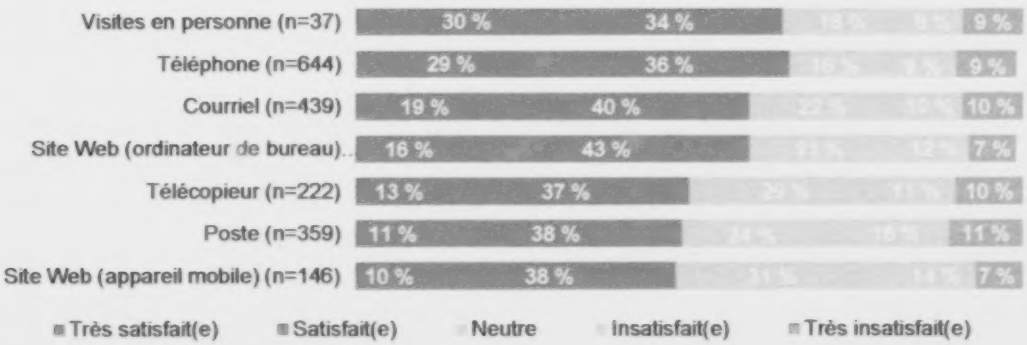
La consultation du site Web de l'OPIC à partir d'un ordinateur de bureau s'avère la voie de communication la plus utilisée par chacun des sous-groupes de clients. L'utilisation rapportée de chacun de ces canaux (à l'exception des courriels et des visites en personne) est plus répandue chez les agents, et moins répandue chez les clients représentés. On n'observe que très peu de différences, pour chacun des secteurs d'activité, dans l'utilisation de ces canaux.

Les femmes rapportent plus fréquemment utiliser le téléphone (58 % des femmes, par rapport à 49 % des hommes) et le télécopieur (18 % des femmes, par rapport à 10 % des hommes), alors que les hommes affirment avoir davantage recours aux courriels (41 % des hommes, par rapport à 33 % des femmes).

b) Appréciation des voies de communication

Questionnés sur leur satisfaction à l'endroit de chacun des canaux utilisés, la majorité des répondants se disent satisfaits des services rendus par téléphone (65 %), lors de visites en personne (64 %), par courriel (59 %) et sur le site Web de l'organisme, consulté à partir d'un ordinateur de bureau (59 %). Environ la moitié d'entre eux affirment être satisfaits des services offerts par télécopieur (50 %), par la poste (49 %) et sur le site Web de l'OPIC, consulté à partir d'un appareil mobile (48 %). Environ 2 personnes sur dix se montrent, pour chacun de ces canaux, insatisfaites. Ce taux d'insatisfaction est particulièrement important pour ce qui est de la poste (27 %). Les autres répondants demeurent neutres à ce sujet.

Niveau de satisfaction globale des utilisateurs à l'égard des services fournis par l'OPIC, par voie de communication



Q6 Dans quelle mesure avez-vous été satisfait(e) des services qui vous ont été fournis par l'OPIC (lors de/par/sur son) ____?

Niveau de satisfaction globale à l'égard des services fournis par l'OPIC, par groupe de clients et type de PI

Voie de communication — Nombre d'utilisateurs et répondants satisfaits (NET) (% très satisfaits + plutôt satisfaits)	**Total**	**Groupe de clients**				**Type de PI**		
		Agents	**Clients non représentés**	**Clients représentés**	**Clients divers**	**Marques de commerce**	**Brevets**	**Dessins industriels**
Site Web (à partir d'un ordinateur de bureau) — Nombre d'utilisateurs	999	403	501	32	63	686	207	106
Site Web (à partir d'un ordinateur de bureau) — Satisfaits (NET)	60 %	59 %	59 %	66 %	60 %	59 %	63 %	60 %
Téléphone — Nombre d'utilisateurs	644	294	304	11*	35	442	150	52
Téléphone — Satisfaits (NET)	66 %	62 %	67 %	BTP	63 %	63 %	71 %	80 %
Courriel — Nombre d'utilisateurs	439	165	226	13*	35	309	101	29*
Courriel — Satisfaits (NET)	59 %	58 %	59 %	BTP	57 %	57 %	65 %	BTP
Poste — Nombre d'utilisateurs	359	176	163	5*	15*	227	91	41
Poste — Satisfaits (NET)	49 %	61 %	47 %	BTP	BTP	45 %	59 %	60 %

Q6 Dans quelle mesure avez-vous été satisfait(e) des services qui vous ont été fournis par l'OPIC (lors de/par/sur son) ____?
** BTP indique que la base de référence est trop petite pour être rapportée.*

La satisfaction à l'endroit des services fournis par la poste ou par télécopieur s'avère plus élevée chez les agents (61 % et 58 %, respectivement), et plus faible chez les clients non représentés (47 % et 41 %), qui sont, par ailleurs, plus susceptibles que les autres clients de se montrer insatisfaits de ces deux canaux.

Même si les agents et les clients non représentés sont, dans les mêmes proportions, tous deux susceptibles d'être satisfaits des services reçus par téléphone et sur le site Web de l'organisme, à partir d'un ordinateur de bureau, une grande satisfaction (c.-à-d. le nombre de personnes se disant « très satisfaites » plutôt que simplement « satisfaites ») s'avère plus fréquente parmi les membres du deuxième groupe.

Une satisfaction exprimée à l'endroit de plusieurs de ces canaux est pour sa part associée à une satisfaction globale à l'égard des services fournis par l'OPIC. Le fait d'exprimer sa satisfaction en ce qui concerne la consultation du site Web de l'organisme à partir d'un ordinateur de bureau augmente de façon proportionnelle au nombre de demandes présentées.

B. PROCESSUS DE DEMANDE

1. Demande présentée au cours des 18 derniers mois

Plus de huit agents sur dix, et plus de sept clients représentés et non représentés sur dix, ont déposé une demande de PI au cours des 18 derniers mois.

Puisque le sondage se penchait sur des clients se trouvant à différentes étapes du processus de demande de PI, des questions ont été posées afin de déterminer ceux qui, parmi les répondants, avaient soumis une demande au cours des 18 derniers mois (les agents, pour leur part, devaient préciser s'ils avaient déposé une demande au nom d'un client durant cette même période). Sept clients représentés et non représentés sur dix, et plus de huit agents sur dix, ont répondu avoir déposé une demande de PI au cours de cette période.

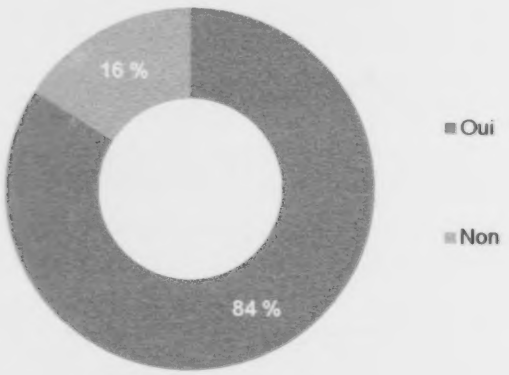
Dépôt d'une demande de PI (pour un[e] ou des brevets/marques de commerce/dessins industriels) auprès de l'OPIC, au cours des 18 derniers mois, par les clients représentés et non représentés (n=703)

Q7 CLIENTS REPRÉSENTÉS/CLIENTS NON REPRÉSENTÉS (n=703) : Au cours des 18 derniers mois, avez-vous déposé une demande de PI pour un(e) ou des [TYPE DE PI : brevets/marques de commerce/dessins industriels]?

Les clients représentés s'avèrent légèrement moins susceptibles d'avoir déposé une demande au cours de cette période (52 % d'entre eux l'on fait, comparativement à 71 % des clients non représentés et à 73 % des clients divers). Les clients représentés et les clients non représentés dont les réponses au sondage sont associées à une marque de commerce sont plus susceptibles d'avoir déposé une demande au cours des 18 derniers mois (74 %) que ceux répondant au sujet d'un brevet (53 %). Cette situation s'explique peut-être par les délais de traitement d'une demande de PI, plus longs pour les brevets que pour les marques de commerce.

Plus de huit agents sur dix affirment avoir soumis une demande de PI pour le compte d'un client au cours des 18 derniers mois; les pourcentages observés sont sensiblement les mêmes pour chacun des types de PI (86 % en ce qui concerne les marques de commerce, 79 % pour les brevets et 83 % pour les dessins industriels). Le fait d'avoir soumis une demande est plus fréquent chez les agents ayant des clients à l'étranger (90 %, par rapport à 66 % de ceux qui n'en ont pas), et s'accroît en fonction de leur expérience en matière de PI (passant de 73 % pour ceux ayant 10 années d'expérience ou moins à 90 % pour ceux travaillant dans le domaine depuis 21 ans ou plus).

Dépôt d'une demande de PI (pour un[e] ou des brevets/marques de commerce/dessins industriels) auprès de l'OPIC, au cours des 18 derniers mois, par les agents (n=433)



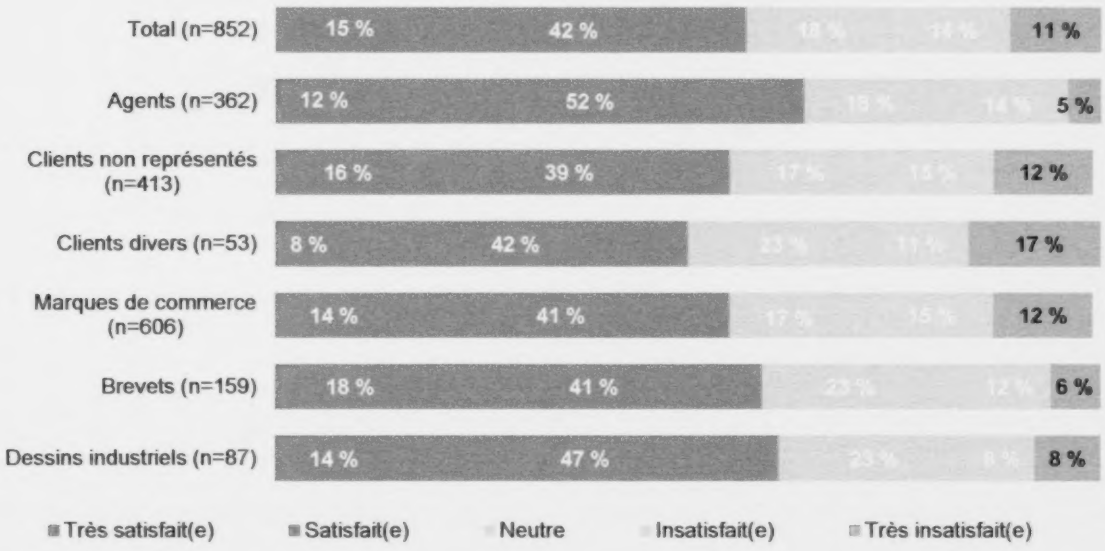
Q7 AGENTS (n=433) : Au cours des 18 derniers mois, avez-vous déposé une demande de PI pour un(e) ou des [TYPE DE PI : brevets/marques de commerce/dessins industriels] au nom d'un client?

2. Satisfaction globale à l'égard des services fournis au cours du processus de dépôt d'une demande

Plus de la moitié des répondants ayant présenté une demande se disent satisfaits des services fournis par l'OPIC au cours du processus de dépôt.

Les clients ayant présenté une demande au cours des 18 derniers mois (n=852) ont été appelés à mesurer leur niveau de satisfaction à l'endroit des services fournis par l'OPIC au cours du processus de dépôt. Plus de la moitié des répondants (57 %) expriment une certaine satisfaction à propos des services reçus (15 % s'en disent même très satisfaits); environ deux personnes sur dix demeurent neutres, alors qu'un quart des clients se montrent plutôt insatisfaits (dont 11 % qui disent en être très insatisfaits).

Niveau de satisfaction globale à l'égard des services fournis par l'OPIC au cours du processus de dépôt d'une demande de PI, chez les clients ayant soumis une demande au cours des 18 derniers mois



Q8 Dans l'ensemble, dans quelle mesure avez-vous été satisfait(e) des services qui vous ont été fournis par l'OPIC au cours du processus de dépôt d'une demande?

SOUS-GROUPE : Clients ayant soumis une demande de PI au cours des 18 derniers mois (n=852).

** REMARQUE : La base de clients représentés est trop petite pour être rapportée (n=24).*

La satisfaction à l'endroit des services fournis s'avère plus élevée chez les agents (64 %) que chez les clients non représentés (55 %) et les clients divers (50 %), qui sont, par ailleurs, plus susceptibles de se montrer insatisfaits (à 27 % et 28 %, respectivement).

Le niveau de satisfaction s'avère sensiblement le même pour tous les types de PI, bien que l'on remarque que les demandes liées aux marques de commerce semblent soulever plus d'insatisfaction (27 %). Il est difficile de savoir si cela est dû à des différences dans le processus de demande relatif aux marques de commerce, ou plutôt au fait que les autres types de PI sont plus fréquemment soumis par des agents, bénéficiant probablement d'une plus grande expérience en la matière.

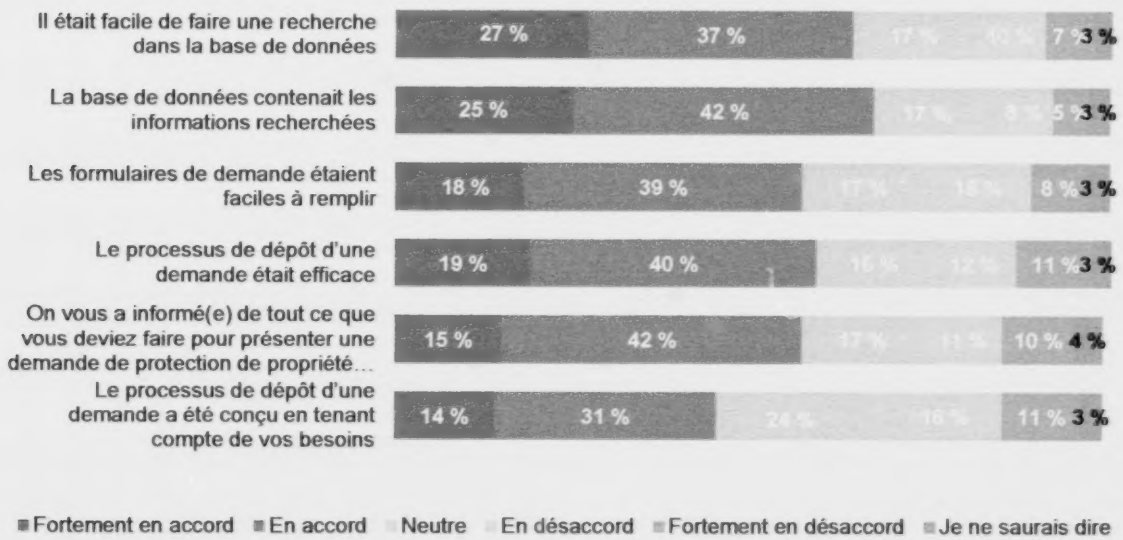
Enfin, on observe qu'une satisfaction exprimée à l'endroit du processus de demande est étroitement liée à une satisfaction globale à l'égard des services fournis par l'OPIC.

3. Niveau d'accord avec les énoncés portant sur les services fournis au cours du processus de dépôt d'une demande

Les clients ayant déposé une demande de PI au cours des 18 derniers mois se sont montrés le plus en accord pour dire que les bases de données de l'OPIC sont faciles d'utilisation et contiennent les informations recherchées.

Les clients ayant récemment présenté une demande de PI étaient appelés à indiquer, à partir d'une série d'énoncés sur les services relatifs au dépôt d'une demande qui leur était présentés, la mesure dans laquelle ils étaient en accord ou en désaccord avec chacun d'eux. Il ressort de cet exercice qu'un plus grand nombre d'entre eux affirment être en accord (fortement en accord ou en accord) pour dire que les bases de données de l'OPIC contenaient les informations recherchées (67 %) et étaient faciles d'utilisation (64 %). Une proportion un peu plus faible de répondants, soit environ six personnes sur dix, sont d'accord pour affirmer que le processus de dépôt d'une demande était efficace (59 %), que les formulaires de demande étaient faciles à remplir (57 %) et qu'ils ont été informés de tout ce qu'ils devaient faire pour présenter une demande de protection de propriété intellectuelle (57 %). Moins de répondants se montrent d'accord avec le fait que le processus de dépôt d'une demande a été conçu en tenant compte de leurs besoins (45 %).

Niveau d'accord à l'égard d'énoncés portant sur les services fournis par l'OPIC au cours du processus de dépôt d'une demande de PI, chez les clients ayant soumis une demande au cours des 18 derniers mois



Q9 Dans quelle mesure êtes-vous en accord ou en désaccord avec les énoncés suivants, qui portent sur les services qui vous ont été fournis par l'OPIC au cours du processus de dépôt d'une demande?

SOUS-GROUPE : Clients ayant soumis une demande de PI au cours des 18 derniers mois (n=852).

Niveau d'accord à l'égard d'énoncés portant sur les services fournis par l'OPIC au cours du processus de dépôt d'une demande de PI, par groupe de clients et type de PI

Répondants en accord (NET) (fortement en accord + en accord) avec les énoncés portant sur les services fournis au cours du processus de dépôt d'une demande	Groupe de clients*			Type de PI		
	Agents (n=362)	Clients non représentés (n=413)	Clients divers (n=53)	Marques de commerce (n=606)	Brevets (n=159)	Dessins industriels (n=87)
La base de données de l'OPIC contenait les informations recherchées	59 %	70 %	53 %	69 %	57 %	57 %
Il était facile de faire une recherche dans la base de données de l'OPIC	56 %	67 %	49 %	65 %	59 %	55 %
Le processus de dépôt d'une demande était efficace	66 %	59 %	47 %	59 %	56 %	60 %
Les formulaires de demande étaient faciles à remplir	71 %	55 %	55 %	56 %	57 %	67 %
On vous a informé(e) de tout ce que vous deviez faire pour présenter une demande de protection de propriété intellectuelle	58 %	58 %	55 %	57 %	58 %	61 %
Le processus de dépôt d'une demande a été conçu en tenant compte de vos besoins	48 %	45 %	43 %	46 %	42 %	46 %

Q9 Dans quelle mesure êtes-vous en accord ou en désaccord avec les énoncés suivants, qui portent sur les services qui vous ont été fournis par l'OPIC au cours du processus de dépôt d'une demande?

** REMARQUE : La base de clients représentés est trop petite pour être rapportée (n=24).*

SOUS-GROUPE : Clients ayant soumis une demande de PI au cours des 18 derniers mois (n=852).

Il s'avère plus probable que les clients non représentés affirment être d'accord pour dire que les bases de données de l'OPIC contenaient les informations recherchées (70 %) et étaient faciles d'utilisation (67 %). De leur côté, les agents les plus expérimentés sont plus susceptibles de répondre que le processus de dépôt d'une demande était efficace et que les formulaires de demande étaient faciles à remplir.

Les clients divers, pour leur part, s'avèrent moins susceptibles que les autres types de répondants d'affirmer que le processus de dépôt d'une demande était efficace ou que les bases de données contenaient les informations recherchées. Bien que cela ne puisse être déterminé avec certitude, il est possible que cette situation ait contribué à leur décision de faire affaire avec un agent à un moment donné au cours de leur processus de demande de PI.

Le fait de déclarer que les bases de données de l'organisme contenaient les informations recherchées s'avère plus fréquent chez les personnes répondant pour une marque de commerce (69 %). Ce sont là des propos qui diffèrent de ceux entendus lors des séances de discussion en groupe. Cette situation reflète probablement le fait qu'un plus grand nombre de ces répondants sont des clients non représentés (qui expriment, dans l'ensemble, une plus grande satisfaction à l'endroit des bases de données de l'OPIC).

Le fait d'être en accord avec la plupart des énoncés est plus répandu chez les clients représentés et les clients non représentés ayant soumis trois demandes ou plus que chez ceux en ayant présenté une ou deux. Le niveau d'accord avec les énoncés est généralement le même chez les agents possédant une expérience similaire. Il convient toutefois de noter que les agents ayant des clients à l'étranger sont *moins* susceptibles d'affirmer que les bases de données de l'OPIC sont faciles d'utilisation (52 %, par rapport à 75 % des agents sans clients internationaux) et que le processus de dépôt d'une demande est conçu en tenant compte de leurs besoins (40 %, par rapport à 60 %).

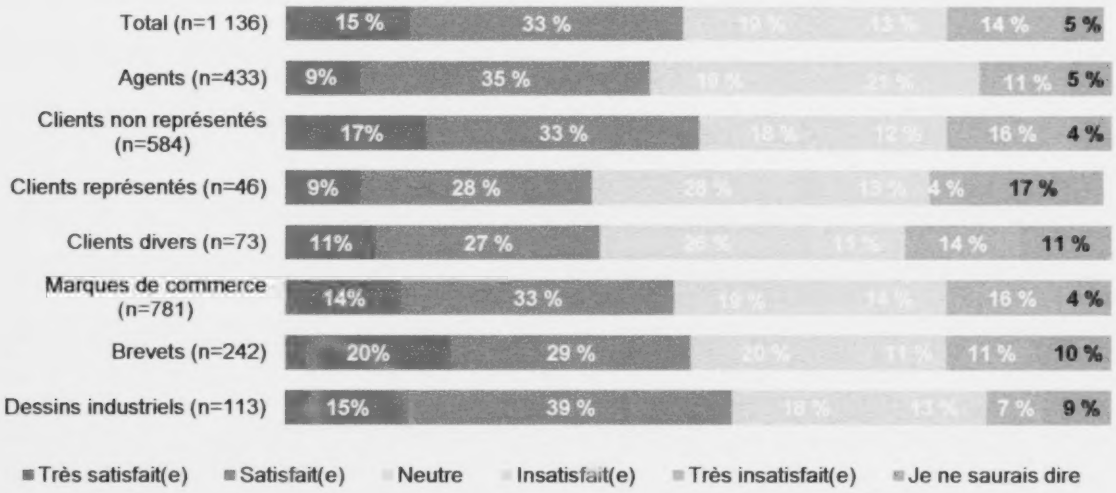
C. EXAMEN

1. Satisfaction globale à l'égard des services fournis au cours du processus d'examen

Un peu moins de la moitié des répondants se disent satisfaits des services fournis par l'OPIC durant le processus d'examen d'une demande; le reste des personnes sondées se divisent également entre celles se montrant neutres et celles exprimant leur insatisfaction.

Dans le cadre de cette étude, les clients devaient indiquer la mesure dans laquelle ils se montraient satisfaits des services leur ayant été fournis par l'OPIC durant le processus d'examen de leur demande de PI. Près de la moitié des répondants (48 %) expriment une certaine satisfaction à propos des services reçus (15 % s'en disent même très satisfaits), alors qu'un peu plus du quart d'entre eux (27 %) s'en montrent plutôt insatisfaits (dont 14 % qui disent en être très insatisfaits). Deux personnes sur dix sur disent neutres, et 5 % se montrent incapables de répondre.

Niveau de satisfaction globale à l'égard des services fournis par l'OPIC au cours du processus d'examen



Q10 Les prochaines questions porteront sur l'examen des demandes de PI. Dans l'ensemble, dans quelle mesure avez-vous été satisfait(e) des services qui vous ont été fournis par l'OPIC durant le processus d'examen d'une demande de [TYPE DE PI : brevet/marque de commerce/dessin industriel]?

Le fait de déclarer sa satisfaction à l'égard des services fournis par l'OPIC au cours du processus d'examen est plus répandu chez les clients non représentés (50 %), et moins répandu chez les clients représentés (37 %). Près de la moitié de ces clients représentés se disent toutefois neutres ou ne sont pas en mesure de répondre, une situation qui s'explique par leur manque d'expérience directe du processus. Les insatisfaits s'avèrent minoritaires, mais sont tout de même plus présents chez les agents.

Le niveau de satisfaction s'avère sensiblement le même pour tous les types de PI, bien que l'on remarque que les demandes liées aux marques de commerce semblent soulever plus d'insatisfaction (30 %, par rapport à 22 % pour les brevets et à 20 % pour les dessins industriels).

Le niveau de satisfaction à l'endroit du processus d'examen se révèle plus élevé chez les personnes dont l'organisation compte moins de 100 employés (à 50 %), et plus bas chez les répondants travaillant pour de plus grandes entreprises (à 32 % chez les répondants travaillant au sein d'entreprises de 500 employés ou plus). Il ne varie pas en fonction de l'expérience des agents, mais s'avère plus élevé chez

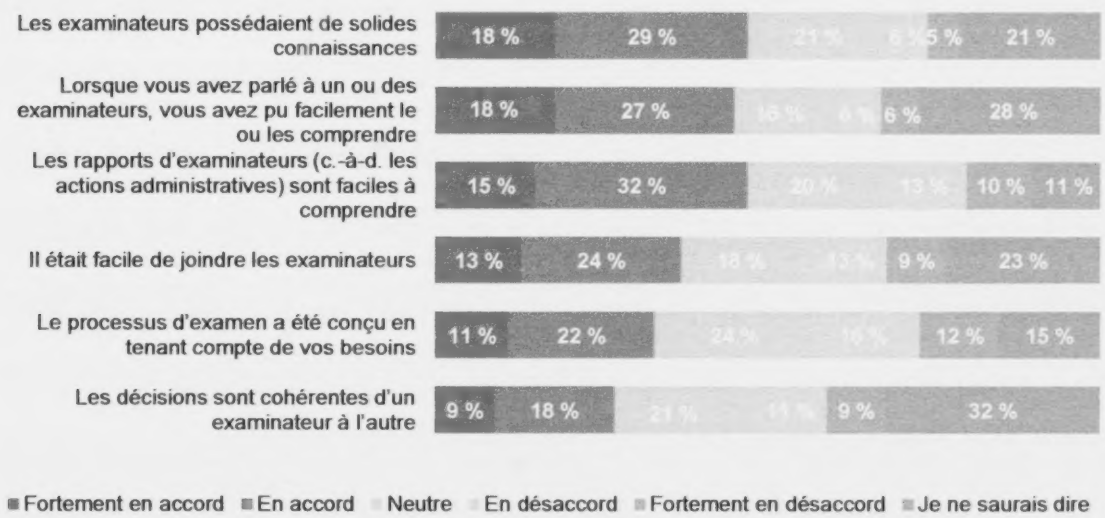
ceux ne travaillant qu'avec des clients canadiens nécessitant des services de PI (57 %, comparativement à 41 % de ceux travaillant auprès d'une clientèle internationale). Comme dans le cas d'autres mesures, le fait d'exprimer sa satisfaction en ce qui concerne les services d'examen de l'OPIC est lié au fait d'être satisfait de l'organisme en général, d'avoir obtenu l'enregistrement ou l'octroi de droits de PI et de ne pas avoir soumis une demande ayant été abandonnée ou refusée.

2. Niveau d'accord avec les énoncés portant sur les services fournis au cours du processus d'examen d'une demande

Les clients sont plus susceptibles d'être en accord avec les énoncés voulant que les examinateurs possèdent de solides connaissances, et que ces derniers, de même que les rapports qu'ils rédigent, sont faciles à comprendre. Ils se montrent en revanche moins enclins à affirmer que les décisions rendues sont cohérentes d'un examinateur à l'autre.

Différents énoncés relatifs aux examinateurs et au processus d'examen ont été présentés aux répondants; ceux-ci devaient ensuite indiquer la mesure dans laquelle ils étaient en accord ou en désaccord avec chacun d'eux. Un peu moins de la moitié des clients se montrent d'accord pour dire, dans une certaine mesure, que les examinateurs possédaient de solides connaissances (47 %), que leurs rapports écrits étaient faciles à comprendre (47 %) et que lorsqu'ils ont parlé directement à un examinateur, ils ont aussi pu facilement le comprendre (45 %). Un peu moins de quatre personnes sur dix, en revanche, affirment qu'il leur a été facile de joindre un examinateur (37 %). Un tiers ou moins des répondants se montrent d'accord avec deux autres énoncés, soit ceux voulant que le processus d'examen a été conçu en tenant compte de leurs besoins, et que les décisions sont cohérentes d'un examinateur à l'autre.

Niveau d'accord à l'égard d'énoncés portant sur les services fournis par l'OPIC au cours du processus d'examen



Q11 Dans quelle mesure êtes-vous en accord ou en désaccord avec les énoncés suivants, qui portent sur les services qui vous ont été fournis par l'OPIC au cours de l'examen de votre demande?

Niveau d'accord à l'égard d'énoncés portant sur les services fournis par l'OPIC au cours du processus d'examen, par groupe de clients et type de PI

Répondants en accord (NET) (fortement en accord et en accord) avec les énoncés portant sur les services fournis par l'OPIC au cours du processus d'examen	Groupe de clients				Type de PI		
	Agents (n=433)	Clients non représentés (n=584)	Clients représentés (n=46)	Clients divers (n=73)	Marques de commerce (n=781)	Brevets (n=242)	Dessins industriels (n=113)
Les examinateurs possédaient de solides connaissances	50 %	48 %	17 %	41 %	45 %	51 %	54 %
Les rapports d'examinateurs (c.-à-d. les actions administratives) sont faciles à comprendre	52 %	46 %	39 %	36 %	46 %	46 %	47 %
Lorsque vous avez parlé à un ou des examinateurs, vous avez pu facilement le ou les comprendre	57 %	46 %	20 %	25 %	45 %	45 %	45 %
Il était facile de joindre les examinateurs	36 %	39 %	17 %	32 %	36 %	42 %	35 %
Le processus d'examen a été conçu en tenant compte de vos besoins	28 %	36 %	22 %	21 %	33 %	33 %	29 %
Les décisions sont cohérentes d'un examinateur à l'autre	21 %	30 %	17 %	16 %	27 %	28 %	29 %

Q11 Dans quelle mesure êtes-vous en accord ou en désaccord avec les énoncés suivants, qui portent sur les services qui vous ont été fournis par l'OPIC au cours de l'examen de votre demande?

Le fait d'être d'accord pour affirmer que les examinateurs et les rapports qu'ils rédigent sont faciles à comprendre est plus courant chez les agents (57% and 52%, respectively). Les clients non représentés, pour leur part, se montrent plus enclins à dire que le processus d'examen a été conçu en tenant compte de leurs besoins (36%), et que les décisions sont cohérentes d'un examinateur à l'autre (30%). Comme dans le cas d'autres mesures, le niveau d'accord avec les énoncés présentés s'avère plus faibles chez les clients représentés, ces derniers étant plus susceptibles de se montrer neutres ou d'être incapables de répondre.

Le niveau d'accord avec ces énoncés s'avère aussi sensiblement le même, d'un point de vue statistique, pour chacun des types de PI.

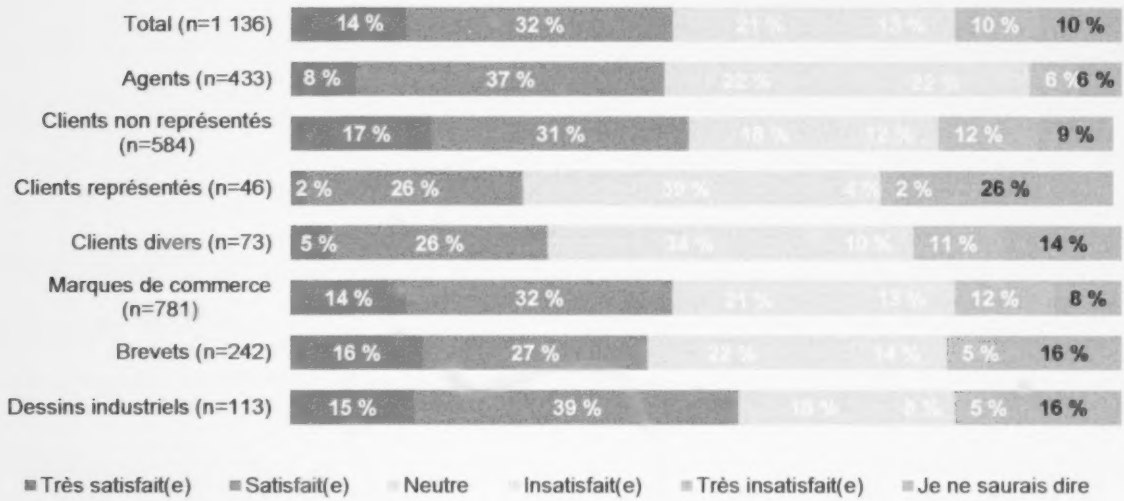
Le fait d'être en accord avec la plupart des énoncés est plus répandu chez les clients représentés et les clients non représentés ayant soumis un plus grand nombre de demandes au cours des 18 derniers mois. Comme pour d'autres mesures, le fait d'exprimer son accord avec ces énoncés sur les services d'examen de l'OPIC est lié au fait d'être satisfait de l'organisme en général, d'avoir obtenu l'enregistrement ou l'octroi de droits de PI et de ne pas avoir soumis une demande ayant été abandonnée ou refusée.

3. Satisfaction à l'égard des rapports écrits

Un peu moins de la moitié des clients se montrent satisfaits des actions administratives de l'organisme.

Les clients étaient par la suite appelés à indiquer la mesure dans laquelle ils se montraient satisfaits de la qualité des rapports écrits (c.-à-d. des actions administratives) des examinateurs. Près de la moitié des répondants (46 %) expriment une certaine satisfaction à propos de ces rapports (14 % s'en disent même très satisfaits), alors qu'un peu moins du quart d'entre eux (23 %) s'en montrent plutôt insatisfaits (dont 10 % qui disent en être très insatisfaits). Deux personnes sur dix sur disent neutres, et une sur dix s'avère incapable de répondre.

Niveau de satisfaction globale quant à la qualité des rapports écrits des examinateurs



Q12 Dans l'ensemble, dans quelle mesure êtes-vous satisfait(e) de la qualité des rapports écrits (c.-à-d. des actions administratives) d'examinateurs?

La satisfaction à l'endroit de la qualité des actions administratives s'avère plus élevée chez les clients non représentés (à 48 %) et plus faible chez les clients représentés (à 28 %). Ces derniers se montrent à nouveau, cependant, les plus susceptibles de se dire neutres ou de ne pas être en mesure de répondre (deux tiers des clients représentés se retrouvent dans ces deux catégories); ces données démontrent qu'ils connaissent peut-être le résultat de l'examen de leur demande, mais sans doute pas tous les détails. Le niveau de satisfaction globale s'avère statistiquement le même pour tous les types de PI, bien que l'on remarque que les demandes liées aux marques de commerce semblent soulever plus d'insatisfaction.

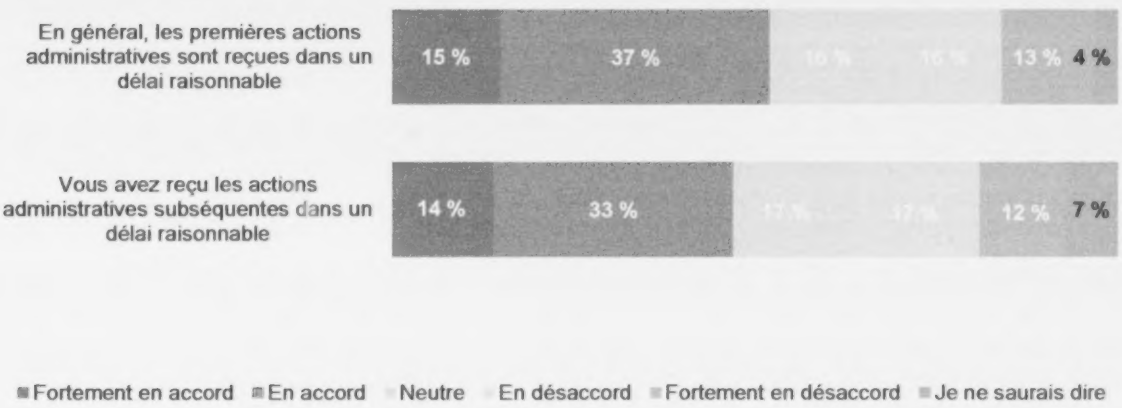
Le fait d'exprimer sa satisfaction en ce qui concerne les rapports écrits des examinateurs est, comme pour d'autres mesures, lié au fait d'être satisfait de l'OPIC en général, d'avoir obtenu l'enregistrement ou l'octroi de droits de PI et de ne pas avoir soumis une demande ayant été abandonnée ou refusée. On n'observe aucune différence notable en matière de satisfaction globale qui soit liée au nombre d'années d'expérience des agents dans le domaine de la PI, au fait d'être un client représenté ou non représenté ou au nombre de demandes de PI déposées au cours des 18 derniers mois.

4. Opinions sur la rapidité des actions administratives

Dans l'ensemble, près de la moitié des répondants sont d'accord pour dire que les actions administratives sont reçues dans un délai raisonnable. Trois personnes sur dix ne partagent toutefois pas cette opinion. Il convient de noter que les agents se partagent également entre ceux qui trouvent ces délais raisonnables, et ceux qui les jugent déraisonnables.

On a demandé aux répondants la façon dont ils jugeaient la rapidité des premières actions administratives, de même que celle des actions subséquentes. La moitié de ceux-ci (52 %) sont d'accord, dans une certaine mesure, pour affirmer que les premières actions administratives sont reçues dans un délai raisonnable; un peu moins de la moitié des répondants (47 %) sont d'avis qu'il en va de même pour les actions subséquentes. Trois personnes sur dix se montrent, dans les deux cas, en désaccord avec cette opinion. Les autres demeurent neutres, ou ne sont pas en mesure de répondre.

Opinions sur la rapidité des actions administratives



Q13 Dans quelle mesure êtes-vous en accord ou en désaccord avec les énoncés suivants? (Base : Échantillon total [n=1 136])

Niveau d'accord à l'égard d'énoncés portant sur les actions administratives, par groupe de clients et type de PI

Répondants en accord (NET) (fortement en accord et en accord) avec les énoncés portant sur les actions administratives	Groupe de clients				Type de PI		
	Agents (n=433)	Clients non représentés (n=584)	Clients représentés (n=46)	Clients divers (n=73)	Marques de commerce (n=781)	Brevets (n=242)	Dessins industriels (n=113)
En général, les premières actions administratives sont reçues dans un délai raisonnable	38 %	56 %	43 %	42 %	51 %	55 %	53 %
Vous avez reçu les actions administratives subséquentes dans un délai raisonnable.	46 %	48 %	46 %	40 %	44 %	55 %	59 %

Q13 Dans quelle mesure êtes-vous en accord ou en désaccord avec les énoncés suivants?

Les agents se partagent également entre ceux qui sont en désaccord (40 %) pour dire que les premières actions administratives sont reçues dans un délai raisonnable et ceux qui sont en accord (38 %) avec cet

énoncé. Dans ce dernier cas, les pourcentages observés sont les mêmes que chez les clients représentés et les clients non représentés. Le niveau d'accord sur la rapidité des actions administratives s'avère sensiblement le même pour tous les types de PI. On remarque cependant que les clients dont les réponses sont associées à des marques de commerce sont moins susceptibles que les autres de se dire en accord avec le fait que les actions subséquentes sont reçues dans un délai raisonnable.

Le fait d'être en *désaccord* avec ces énoncés sur la rapidité des premières actions administratives est plus fréquent chez les agents travaillant auprès d'une clientèle internationale (44 %, par rapport à 27 % de ceux qui ne le font pas). Les avis sur la rapidité des actions subséquentes s'avèrent sensiblement les mêmes chez les deux groupes.

En général, le fait d'exprimer sa satisfaction en ce qui concerne la rapidité des actions administratives est lié au fait d'être satisfait de l'organisme en général et d'avoir obtenu l'enregistrement ou l'octroi de droits de PI. Le degré de satisfaction en ce qui a trait à la rapidité des actions administratives subséquentes s'avère plus faible chez les clients qui ont soumis une demande ayant été abandonnée ou refusée par la suite. On n'observe aucune différence significative à ce sujet pour ce qui est des premières actions administratives.

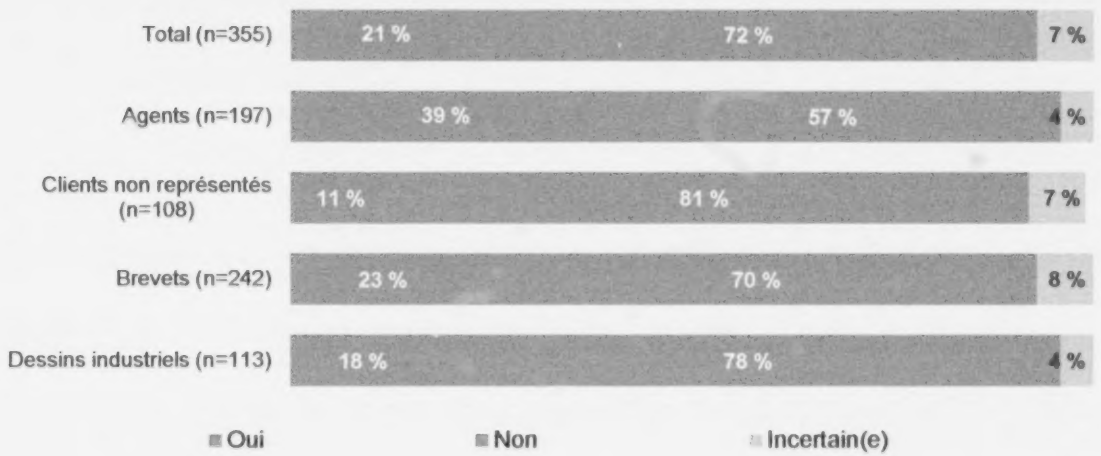
5. Service d'examen accéléré

Quatre agents sur dix, et un client non représenté sur dix, ont utilisé le service d'examen accéléré de l'OPIC pour le traitement d'un brevet ou d'un dessin industriel; les deux tiers des utilisateurs s'en disent satisfaits.

a) Utilisation du service d'examen accéléré

Les personnes dont les réponses faisaient référence à un brevet ou à un dessin industriel (n=355) ont été appelées à dire si elles avaient utilisé le service d'examen accéléré des demandes de l'OPIC au cours des 18 derniers mois. Deux de ces répondants sur dix l'ont fait; il s'agit majoritairement d'agents (39 %) plutôt que de clients non représentés (11 %). L'utilisation de ce service est, d'un point de vue statistique, la même pour les deux types de PI.

Utilisation du service d'examen accéléré des demandes de brevets ou de dessins industriels



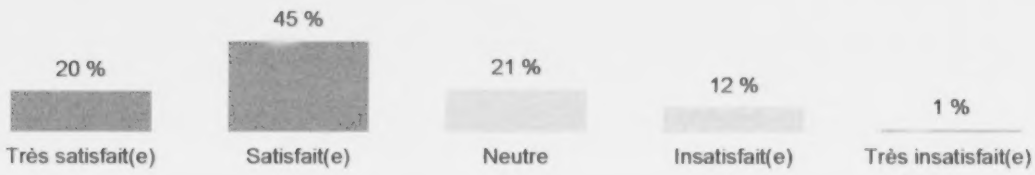
Q14 Au cours des 18 derniers mois, avez-vous utilisé le service d'examen accéléré des demandes de l'OPIC (un service bonifié utilisé pour accélérer cet examen)?
SOUS-GROUPE : Brevets ou dessins industriels (n=355).
** Les bases de clients représentés (n=23) et de clients divers (n=27) sont trop petites pour être rapportées.*

Le recours à ce service accéléré est plus répandu chez les personnes ayant obtenu l'enregistrement ou l'octroi de droits de PI (35 %, par rapport à 10 % de ceux qui ne l'ont pas fait), mais varie cependant peu, même chez les clients ayant soumis une demande ayant été abandonnée ou refusée par la suite. L'utilisation de ce service est plus élevée chez les agents travaillant auprès d'une clientèle internationale (42 %, par rapport à 19 % de ceux qui ne le font pas) et chez ceux dont l'organisation compte 100 employés ou plus (36 %, comparativement à 7 % des répondants qui sont des travailleurs autonomes). On observe que cette utilisation n'est pas associée à une satisfaction globale à l'égard des services fournis par l'OPIC.

b) Satisfaction globale à l'égard du service d'examen accéléré

Appelées à évaluer leur satisfaction globale du service d'examen accéléré, les deux tiers des personnes y ayant eu recours (n=101) disent en être satisfaites (deux sur dix affirment même en être très satisfaites). Deux de ces répondants sur dix demeurent neutres, alors que 13 % d'entre eux expriment une certaine insatisfaction à ce sujet.

Niveau de satisfaction des clients à l'égard du service d'examen accéléré des demandes de brevets ou de dessins industriels de l'OPIC



Q15 Dans l'ensemble, dans quelle mesure avez-vous été satisfait(e) du service d'examen accéléré des demandes de l'OPIC?

SOUS-GROUPE : Clients ayant utilisé le service d'examen accéléré des demandes de brevets ou de dessins industriels de l'OPIC (n=101).

Les sous-groupes associés aux utilisateurs de ce service sont, pour la plupart, petits; une analyse plus poussée de leur point de vue n'est dont pas souhaitable.

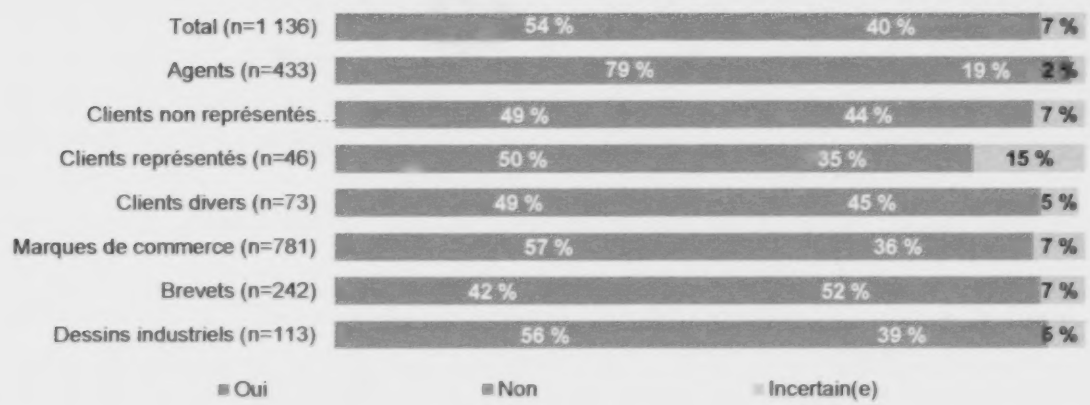
D. ENREGISTREMENT OU OCTROI

1. Répondants ayant obtenu l'enregistrement d'une marque de commerce ou d'un dessin industriel, ou l'octroi d'un brevet au cours des 18 derniers mois

La majorité des clients ont obtenu l'enregistrement ou l'octroi de droits de PI au cours des 18 derniers mois. Le pourcentage noté est plus élevé chez les agents et les clients non représentés ou représentés ayant soumis un plus grand nombre de demandes.

Plus de la moitié (54 %) des clients sondés sont parvenus à obtenir l'enregistrement d'une marque de commerce ou d'un dessin industriel, ou encore l'octroi d'un brevet, lors des 18 derniers mois. Cette réussite est particulièrement marquée chez les agents (79 %), qui représentent généralement plus d'un client. La probabilité d'obtenir un enregistrement ou un octroi est également plus grande chez les clients représentés et les clients non représentés soumettant un plus grand nombre de demandes (68 % des personnes présentant trois demandes ou plus, comparativement à 48 % de celles n'en présentant qu'une ou deux).

Clients ayant obtenu l'enregistrement d'une marque de commerce, l'octroi d'un brevet ou l'enregistrement d'un dessin industriel au cours des 18 derniers mois



Q16 Au cours des 18 derniers mois, avez-vous obtenu [TYPE DE PI : l'enregistrement d'une ou de marques de commerce/l'octroi d'un ou de brevets/l'enregistrement d'un ou de dessins industriels] [AGENTS : au nom de vos clients]?

Parmi les agents, l'obtention d'un enregistrement ou un octroi au cours des 18 derniers mois est étroitement liée à une plus grande expérience en matière de PI (83 % de réussite pour ceux ayant plus de 10 années d'expérience dans le domaine, par rapport à 67 % pour ceux dont l'expérience est de 10 ans ou moins) et au fait de travailler auprès d'une clientèle internationale nécessitant des services de PI au Canada (88 % de réussite pour ces agents, par rapport à 56 % pour ceux dont ce n'est pas le cas).

Le taux de réussite rapporté s'avère aussi plus élevé en ce qui concerne les marques de commerce (57 %) et les dessins industriels (56 %) que dans le cas des brevets (42 %).

La probabilité d'obtenir un enregistrement ou un octroi au cours des 18 derniers mois se révèle plus élevée pour les femmes. Ce résultat s'explique cependant probablement davantage par le fait qu'une plus grande proportion d'entre elles sont des agents recevant des services associés aux marques de commerce plutôt que par leur sexe en tant que tel. Le pourcentage de clients ayant obtenu l'enregistrement ou l'octroi de droits de PI est plus faible dans les provinces de l'Atlantique (35 %) et

parmi les travailleurs autonomes (46 %, un chiffre qui passe à 80 % pour les personnes dont l'organisation emploie 100 travailleurs ou plus).

2. Satisfaction globale en ce qui a trait aux délais menant à l'enregistrement ou à l'octroi de droits de PI

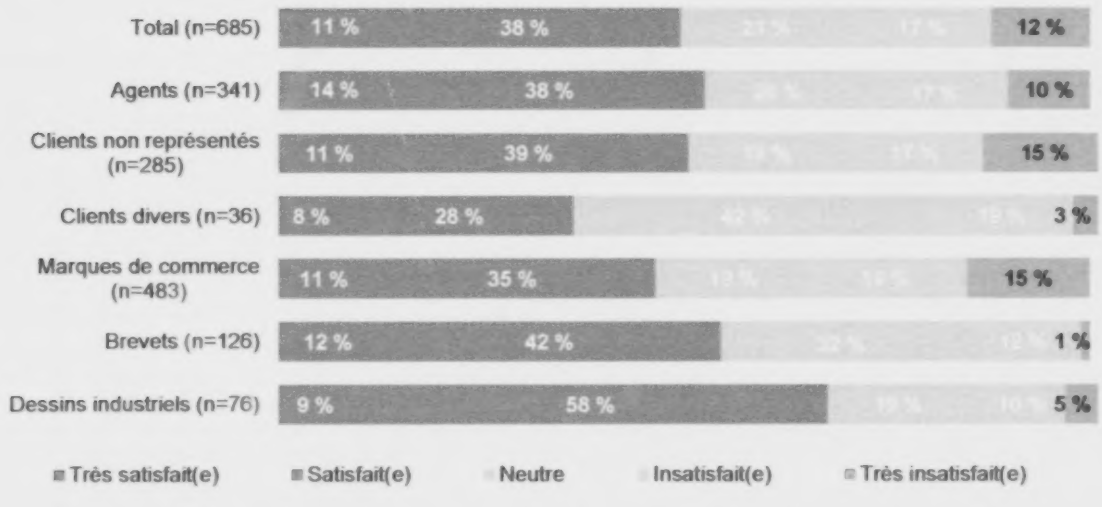
La moitié des clients ayant obtenu l'enregistrement ou l'octroi de droits de PI au cours des 18 derniers mois sont satisfaits du délai nécessaire pour y arriver; ce taux de satisfaction s'avère plus élevé chez les clients ayant soumis une demande relative à un dessin industriel.

La moitié des clients ayant obtenu l'enregistrement ou l'octroi de droits de PI au cours des 18 derniers mois sont très satisfaits (11 %) ou assez satisfaits (38 %) du délai nécessaire pour y arriver. Deux répondants sur dix (21 %) se disent neutres, alors que trois sur dix (29 %) se déclarent insatisfaits de ce délai.

Le taux de satisfaction à ce sujet est plus élevé chez les personnes ayant reçu des services reliés aux dessins industriels (67 %) plutôt qu'aux brevets (54 %) ou aux marques de commerce (46 %). Les clients présentant une demande pour une marque de commerce sont plus susceptibles de s'avouer insatisfaits du délai nécessaire pour obtenir l'enregistrement de leur PI (34 %, comparativement à 15 % pour les dessins industriels et à 13 % pour les brevets).

Il importe de noter que le niveau de satisfaction ne varie pas de manière importante en fonction des types de clients (agents par rapport aux clients non représentés).

Niveau de satisfaction globale des *clients ayant obtenu, au cours des 18 derniers mois, l'enregistrement d'une marque de commerce, l'octroi d'un brevet ou l'enregistrement d'un dessin industriel* à l'égard du délai nécessaire pour y arriver



Q17 Dans l'ensemble, dans quelle mesure avez-vous été satisfait(e) du délai nécessaire pour obtenir [SÉLECTIONNER EN FONCTION DU TYPE DE PI : l'enregistrement d'une ou plusieurs marques de commerce/l'octroi d'un ou plusieurs brevets/l'enregistrement d'un ou plusieurs dessins industriels]?

SOUS-GROUPE : Clients ayant obtenu l'enregistrement d'une ou de plusieurs marques de commerce, l'octroi d'un ou de plusieurs brevets, ou l'enregistrement d'un ou de plusieurs dessins industriels au cours des 18 derniers mois (n=685).

** La base de clients représentés est trop petite pour être rapportée (n=23).*

3. Abandon ou refus d'une demande

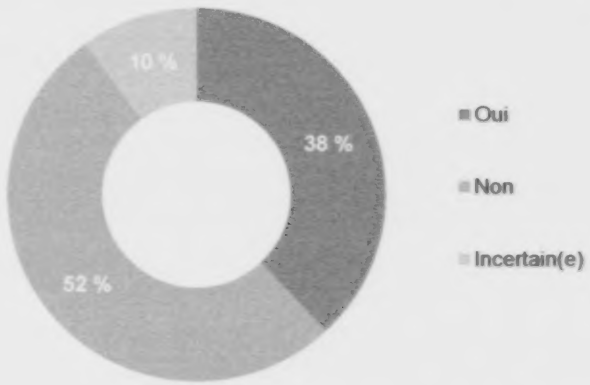
Quatre clients représentés ou non représentés ayant présenté une demande pour un brevet sur dix, et deux clients représentés ou non représentés ayant présenté une demande pour une marque de commerce ou un dessin industriel sur dix, ont finalement abandonné cette demande au cours des 18 derniers mois. Ces groupes se montrent par ailleurs dans l'ensemble plus insatisfaits des services fournis par l'OPIC.

a) Demande de brevet abandonnée au cours des 18 derniers mois

Une demande de brevet est réputée « abandonnée » si un client ne requiert pas d'examen et n'acquitte pas les frais qui y sont associés dans les cinq années suivant sa date de dépôt au Canada.

Près de quatre clients représentés ou non représentés ayant présenté une demande pour un brevet sur dix (38 %) ont indiqué avoir abandonné cette demande au cours des 18 derniers mois. Les membres de ce groupe s'avèrent beaucoup moins susceptibles, dans l'ensemble, de se dire satisfaits des services fournis par l'OPIC en ce qui concerne les brevets (43 %) que ceux qui n'ont pas abandonné leur demande pour un brevet (64 %).

Pourcentage de clients représentés et de clients non représentés ayant présenté une demande de brevet qui a ensuite été abandonnée au cours des 18 derniers mois



Q18 Au cours des 18 derniers mois, avez-vous présenté une demande de brevet qui a ensuite été abandonnée?

SOUS-GROUPE : Clients représentés et clients non représentés ayant présenté une demande de brevet (n=114).

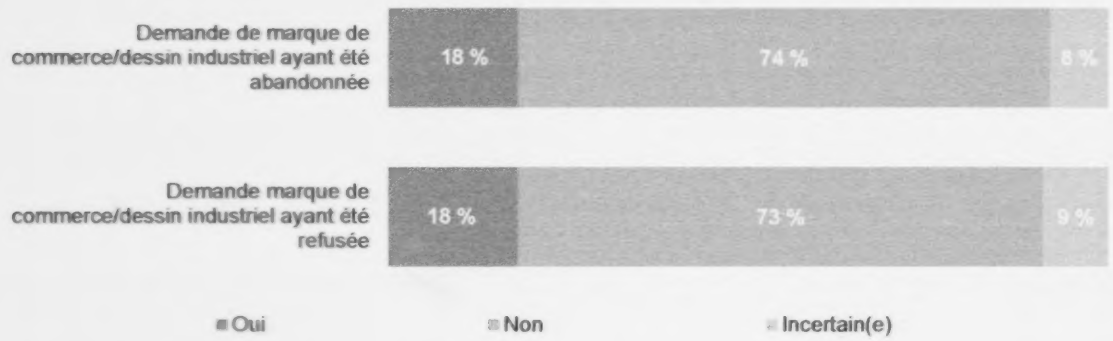
b) *Demande de marque de commerce ou de dessin industriel abandonnée ou refusée au cours des 18 derniers mois*

Une demande de marque de commerce est réputée « abandonnée » si un client ne franchit pas toutes les étapes du processus de dépôt de la demande. Une demande de dessin industriel est réputée « abandonnée » si un client ne répond pas dans les délais convenus à tout avis ou rapport envoyé par le Bureau des dessins industriels.

Près de deux clients représentés ou non représentés ayant présenté une demande pour une marque de commerce ou un dessin industriel sur dix (18 %) ont indiqué avoir abandonné cette demande au cours des 18 derniers mois. Le même pourcentage s'est vu refuser sa demande. La taille du sous-échantillon de clients ayant présenté une demande de dessin industriel (n=24) est trop petite pour permettre une analyse distincte des résultats pour ce secteur d'activité.

À l'image de ce qui a été observé chez les clients ayant abandonné leur demande de brevet, les répondants dont la demande de marque de commerce ou de dessin industriel a été abandonnée se montrent moins satisfaits des services fournis par l'OPIC (35 %) que ceux dont la demande n'a pas été abandonnée (59 %). Ce taux de satisfaction plus faible s'observe également chez les répondants dont la demande de marque de commerce ou de dessin industriel a été refusée (36 %, par rapport à 60 % chez ceux dont la demande n'a pas été refusée).

Pourcentage de clients représentés et client non représentés ayant présenté une demande de marque de commerce ou de dessin industriel qui a ensuite été abandonnée ou refusée au cours des 18 derniers mois



Q19 Au cours des 18 derniers mois, avez-vous vécu l'une des situations suivantes?

SOUS-GROUPE : Clients représentés et clients non représentés ayant présenté une demande de marque de commerce ou de dessin industriel (n=536).

E. ASPECTS SUPPLÉMENTAIRES RELATIFS AUX SERVICES

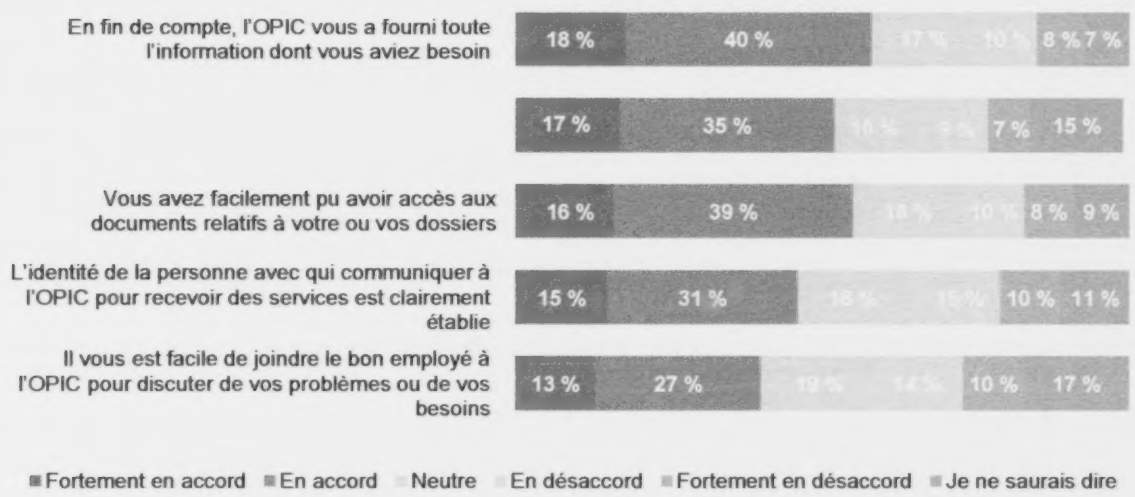
1. Perceptions de certains aspects des services de l'OPIC

Une majorité de clients jugent de façon positive la mesure dans laquelle ils ont pu avoir accès aux employés et aux documents pertinents de l'OPIC et affirment que tout compte fait, ils ont obtenu l'information dont ils avaient besoin.

Cinq énoncés relatifs à certains aspects des services de l'OPIC ont été présentés aux répondants; ceux-ci devaient ensuite indiquer la mesure dans laquelle ils étaient en accord ou en désaccord avec chacun d'eux. On observe qu'un peu moins de six personnes sur dix (58 %) affirment être d'accord (fortement en accord ou en accord) pour dire qu'en fin de compte, l'OPIC leur a fourni toute l'information dont elles avaient besoin. Plus de la moitié des répondants (55 %) sont également d'accord pour affirmer qu'ils ont facilement pu avoir accès aux documents relatifs à leurs dossiers, alors qu'un pourcentage semblable d'entre eux (52 %) affirment qu'ils ont été en mesure de joindre un employé de l'OPIC par l'entremise de leur voie de communication préférée.

Moins de la moitié des clients (46 %) sont cependant d'accord pour dire que l'identité de la personne avec qui communiquer à l'OPIC pour recevoir des services était clairement établie, alors que quatre personnes sur dix (40 %) affirment qu'il leur a été facile de joindre le bon employé. On note que le pourcentage de « fort accord » est sensiblement le même pour tous les énoncés (il va de 13 à 18 %); le même phénomène s'observe en ce qui a trait au pourcentage de « fort désaccord » (qui va de 16 à 25 %).

Niveau d'accord à l'égard d'énoncés portant sur certains aspects des services fournis par l'OPIC



Q20 Pensez à nouveau aux services de l'OPIC en matière de [TYPE DE PI : brevets/marques de commerce/dessins industriels]; dans quelle mesure êtes-vous en accord ou en désaccord avec les énoncés suivants?

Niveau d'accord à l'égard d'énoncés portant sur certains aspects des services fournis par l'OPIC, par groupe de clients et type de PI

Répondants en accord (NET) (fortement en accord et en accord) avec les énoncés portant sur certains aspects des services fournis par l'OPIC	Groupe de clients				Type de PI		
	Agents (n=433)	Clients non représentés (n=584)	Clients représentés (n=46)	Clients divers (n=73)	Marques de commerce (n=781)	Brevets (n=242)	Dessins industriels (n=133)
En fin de compte, l'OPIC vous a fourni toute l'information dont vous aviez besoin	59 %	59 %	30 %	53 %	59 %	53 %	53 %
Vous avez facilement pu avoir accès aux documents relatifs à votre ou vos dossiers	44 %	59 %	35 %	53 %	57 %	55 %	35 %
Vous avez été en mesure de joindre un employé de l'OPIC par l'entremise de votre voie de communication préférée (p. ex., par téléphone, par courriel, en personne)	50 %	55 %	28 %	47 %	52 %	58 %	42 %
L'identité de la personne avec qui communiquer à l'OPIC pour recevoir des services est clairement établie	43 %	48 %	17 %	45 %	48 %	41 %	36 %
Il vous est facile de joindre le bon employé à l'OPIC pour discuter de vos problèmes ou de vos besoins	36 %	43 %	13 %	36 %	40 %	42 %	41 %

Q20 Pensez à nouveau aux services de l'OPIC en matière de [TYPE DE PI : brevets/marques de commerce/dessins industriels]; dans quelle mesure êtes-vous en accord ou en désaccord avec les énoncés suivants?

Les clients non représentés s'avèrent plus susceptibles que les agents d'affirmer être en accord avec les énoncés voulant qu'ils aient facilement pu avoir accès aux documents dont ils avaient besoin et qu'il leur est facile de joindre le bon employé à l'OPIC pour discuter de leurs problèmes ou de leurs besoins. Comme dans le cas d'autres questions visant à mesurer le niveau d'acceptation de certains énoncés, le degré d'accord avec certaines affirmations a tendance à être plus faible parmi les clients représentés, qui sont par ailleurs les plus susceptibles de se montrer neutres ou de ne pouvoir émettre une opinion.

Le taux d'accord avec les énoncés présentés est généralement le même pour tous les types de PI, bien qu'on observe que les clients présentant une demande relative à un dessin industriel sont moins susceptibles que les autres d'affirmer qu'ils ont facilement pu avoir accès aux documents relatifs à leurs dossiers ou qu'ils ont été en mesure de joindre un employé de l'OPIC par l'entremise de leur voie de communication préférée. Ce résultat s'explique sans doute par le fait qu'une plus grande proportion de réponses relatives aux dessins industriels ont été données par des agents.

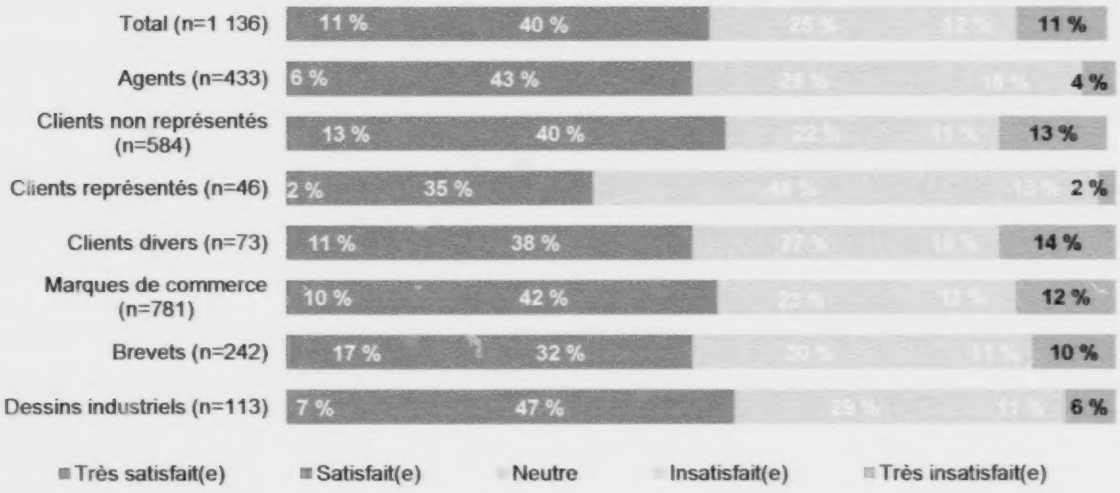
Le niveau d'accord net avec ces énoncés tend à être plus élevé chez les agents ne travaillant pas auprès d'une clientèle internationale dans le domaine de la PI. Il s'avère également lié au fait d'être satisfait de l'organisme en général et d'avoir obtenu l'enregistrement ou l'octroi de droits de PI. On observe, chez les personnes dont la demande n'a pas été abandonnée ou refusée, que le niveau d'accord s'avère un peu plus élevé en ce qui a trait au fait d'avoir, en fin de compte, reçu toute l'information nécessaire (62 %, par rapport à 43 %), d'avoir été en mesure de joindre un employé de l'OPIC par l'entremise de la voie de communication préférée (54 %, par rapport à 45 %) et d'avoir pu facilement joindre la bonne personne (43 %, comparativement à 30 %).

2. Satisfaction globale à l'égard de la simplicité de l'accès aux services

Une légère majorité de répondants se disent satisfaits de la simplicité de l'accès aux services de l'OPIC. Le reste des personnes sondées affirment être neutres, ou expriment leur insatisfaction à ce sujet.

La moitié des clients (51 %) affirment être satisfaits, dans l'ensemble, de la simplicité de l'accès aux services de l'OPIC (11 % d'entre eux s'en disent même très satisfaits). Un quart des répondants demeurent neutres, alors qu'environ un autre quart d'entre eux se montrent plutôt insatisfaits (dont 11 % qui disent en être très insatisfaits).

Niveau de satisfaction globale quant à la simplicité de l'accès aux services de l'OPIC



Q21 Dans l'ensemble, dans quelle mesure avez-vous été satisfait(e) de la simplicité de l'accès aux services de l'OPIC?

La satisfaction globale en ce qui concerne la simplicité de l'accès aux services offerts s'avère sensiblement la même dans le cas des agents et des clients non représentés; ces derniers sont toutefois plus susceptibles d'exprimer des opinions très fortes (13 % se disent très satisfaits de la simplicité de l'accès, alors que 13 % s'en disent très insatisfaits). Comme observé pour d'autres mesures similaires, le taux de satisfaction s'avère plus faible parmi les clients représentés, près de la moitié d'entre eux se disant neutres (une réponse peut-être utilisée pour décrire leur incapacité à émettre une opinion, cette dernière catégorie ne leur ayant pas été proposée). Le niveau de satisfaction à l'égard de la simplicité d'accès aux services offerts s'avère sensiblement le même pour tous les types de PI.

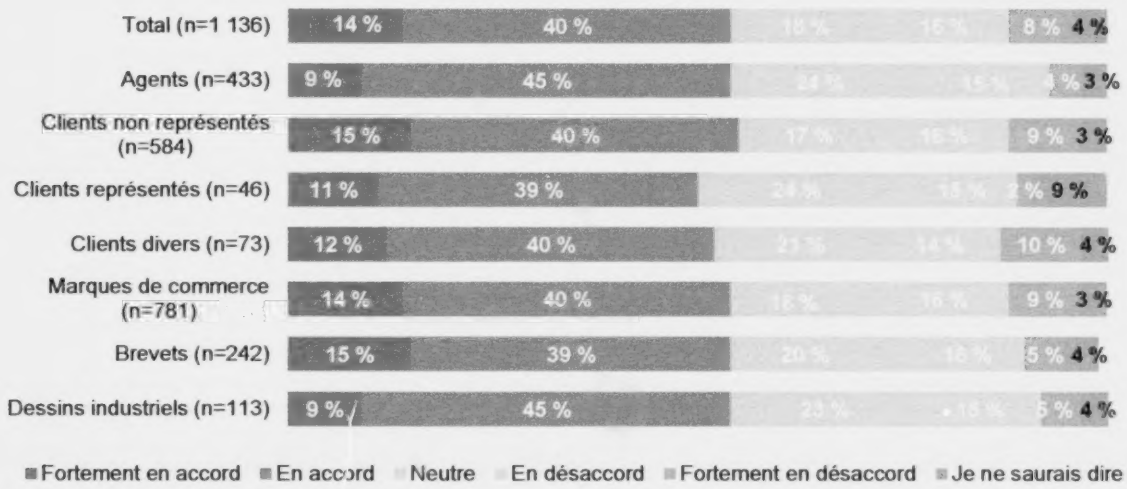
On observe également d'autres différences significatives entre les divers sous-groupes. Le taux de satisfaction relatif à l'accès aux services est plus important chez les agents possédant 10 années d'expérience ou moins dans le domaine (à 56 %), et diminue en fonction des années d'expérience accumulées (il est à 40 % chez les agents possédant 21 années ou plus d'expérience). Ce taux est également plus élevé chez les agents ne travaillant pas auprès d'une clientèle internationale (à 66 %, par rapport à 43 % chez ceux ayant des clients étrangers). Le niveau de satisfaction à l'égard de l'accès aux services est, enfin, étroitement lié au fait d'être satisfait des services de l'organisme en général, d'avoir obtenu l'enregistrement ou l'octroi de droits de PI et de ne pas avoir présenté une demande qui a par la suite été abandonnée ou refusée.

3. Connaissance de l'état de la demande de PI

Les clients se montrent deux fois plus susceptibles d'être en accord qu'en désaccord pour dire qu'ils ont été tenus au courant de l'état de leur demande de PI à toutes les étapes du processus. Cette certitude s'avère cependant moins grande chez les clients non représentés et ceux ayant déposé moins de demandes.

L'une des constatations de la phase qualitative de l'étude était que les clients souhaitaient être davantage tenus au courant de l'état de leur demande de PI. Les résultats du sondage indiquent que plus de la moitié des répondants (54 %) affirment être d'accord pour dire qu'ils ont été tenus au courant du statut de leur demande de PI à toutes les étapes du processus; un quart des personnes sondées sont en désaccord (24 % au total, et 8 % fortement). Un peu moins de deux personnes sur dix se disent neutres.

Niveau d'accord quant à l'idée que le client a été tenu au courant de l'état de la demande de PI à toutes les étapes du processus



Q22 Dans quelle mesure êtes-vous en accord ou en désaccord avec l'énoncé suivant : « Vous avez été tenu(e) au courant du statut de la ou des demandes de PI à toutes les étapes du processus »?

Le fait d'être d'accord, dans l'ensemble, pour affirmer qu'on les a tenus au courant de l'état de leur demande tout au long du processus se retrouve dans des proportions semblables chez tous les types de clients. Les clients non représentés sont cependant plus susceptibles d'être en désaccord avec cette affirmation (à 25 %), alors que les agents et les clients représentés sont plus susceptibles de se montrer neutres. Le niveau d'accord avec cet énoncé s'avère sensiblement le même pour chacun des types de PI.

Le niveau d'accord est plus élevé chez les clients représentés et les clients non représentés soumettant un plus grand nombre de demandes (66 % des personnes présentant trois demandes ou plus, comparativement à 51 % de celles n'en présentant qu'une ou deux). Le niveau d'accord net augmente en fonction de la taille de l'organisation (passant de 51 % chez les propriétaires uniques à 67 % chez les personnes travaillant pour des organisations comptant 500 employés ou plus). Comme pour d'autres mesures, le fait d'exprimer son accord avec cet énoncé est lié au fait d'avoir obtenu l'enregistrement ou l'octroi de droits de PI et d'être satisfait de l'OPIC en général.

4. Perceptions de certains aspects de la prestation de services par l'OPIC

En grande majorité, les clients voient d'un œil positif le personnel de l'OPIC, dont le degré de professionnalisme est particulièrement bien perçu.

Huit énoncés relatifs au personnel de l'OPIC ont été présentés aux répondants; ceux-ci devaient ensuite indiquer la mesure dans laquelle ils étaient en accord ou en désaccord avec chacun d'eux. On note que les clients se montrent tout d'abord d'accord pour dire que les services de l'organisme leur ont été offerts dans la langue officielle de leur choix (taux d'accord net de 87 %); les deux tiers des répondants (67 %) affirment également que le personnel de l'OPIC a agi avec eux de façon professionnelle.

Un peu moins de la moitié des clients sont d'accord pour dire que le personnel de l'OPIC a compris leurs besoins (48 %), a répondu à leurs demandes et requêtes dans un délai raisonnable (48 %) et possédait de solides connaissances (47 %). Un nombre un peu moins élevé de répondants (43 %) affirment que les problèmes rencontrés ont été facilement résolus. Les clients s'avèrent moins susceptibles d'affirmer que le personnel de l'OPIC n'a rien ménagé pour s'assurer que leurs besoins étaient comblés (34 %). Cet énoncé est, bien entendu, plus difficilement mesurable par les clients, ces derniers n'étant pas toujours en mesure de distinguer une exécution normale des tâches d'un effort hors de l'ordinaire. Le reste des répondants demeurent, pour chacun des énoncés, neutres ou se montrent incapables de fournir une réponse (catégorie représentée par « Je ne saurais dire » dans le sondage). Pas plus d'un quart des personnes sondées s'avèrent en désaccord avec l'un des énoncés.

Niveau d'accord à l'égard d'énoncés portant sur la prestation de services par l'OPIC

Q23 Pensez aux services de l'OPIC en matière de [TYPE DE PI : brevets/marques de commerce/dessins industriels]; dans quelle mesure êtes-vous en accord ou en désaccord avec les énoncés suivants?

** Les données présentées représentent les répondants s'étant dit en désaccord (NET) (y compris fortement en désaccord et en désaccord).*

Niveau d'accord à l'égard d'énoncés portant sur la prestation de services par l'OPIC, par groupe de clients et type de PI

Répondants en accord (NET) (fortement en accord et en accord) avec les énoncés portant sur la prestation de services par l'OPIC	Groupe de clients				Type de PI		
	Agents (n=433)	Clients non représentés (n=584)	Clients représentés (n=46)	Clients divers (n=73)	Marques de commerce (n=781)	Brevets (n=242)	Dessins industriels (n=133)
Les services ont été offerts dans la langue officielle de votre choix	87 %	89 %	54 %	77 %	88 %	83 %	81 %
Le personnel de l'OPIC agissait de façon professionnelle	77 %	67 %	33 %	60 %	65 %	71 %	75 %
Le personnel de l'OPIC comprenait vos besoins	52 %	51 %	22 %	40 %	48 %	47 %	59 %
Le personnel de l'OPIC a répondu à vos demandes et requêtes dans un délai raisonnable	47 %	49 %	28 %	42 %	46 %	52 %	55 %
Le personnel de l'OPIC (outre les examinateurs), par exemple le personnel de première ligne et le personnel de soutien, possédait de solides connaissances	51 %	48 %	17 %	44 %	46 %	52 %	46 %
Le personnel de l'OPIC comprenait l'importance de son rôle dans le processus de PI	45 %	45 %	20 %	40 %	42 %	51 %	44 %
Les problèmes rencontrés dans le processus d'accès aux services ont été facilement résolus	40 %	46 %	15 %	32 %	44 %	38 %	41 %
Le personnel de l'OPIC n'a rien ménagé pour s'assurer que vos besoins étaient comblés	30 %	36 %	13 %	36 %	33 %	37 %	33 %

Q23 Pensez aux services de l'OPIC en matière de [TYPE DE PI : brevets/marques de commerce/dessins industriels], dans quelle mesure êtes-vous en accord ou en désaccord avec les énoncés suivants?

Les niveaux d'accord avec les énoncés présentés sont en général semblables en ce qui concerne les agents et les clients non représentés. Les agents se montrent toutefois plus susceptibles de reconnaître le professionnalisme du personnel de l'OPIC (à 77 %, comparativement à 67 %). À nouveau, les clients représentés se révèlent moins susceptibles que les autres répondants à se dire d'accord avec l'un de ces énoncés, et plus enclins à opter pour les catégories « neutre » ou « je ne saurais dire », une situation pouvant s'expliquer par le fait qu'ils communiquent principalement avec leur agent plutôt qu'avec l'organisme lui-même. Les réponses s'avèrent sensiblement les mêmes pour chacun des types de PI.

Les opinions positives sur le professionnalisme du personnel de l'OPIC et sa capacité à résoudre les problèmes sont plus fréquentes chez les agents moins expérimentés (ayant 10 années d'expérience ou moins dans le domaine de la PI). Le fait d'être d'accord pour dire que le personnel de l'OPIC comprend l'importance de son rôle dans le processus de PI est également plus courant chez les clients représentés et les clients non représentés soumettant un plus grand nombre de demandes (59 % des personnes présentant trois demandes ou plus, comparativement à 40 % de celles n'en présentant qu'une ou deux).

Le fait d'être d'accord avec ces énoncés est associé à une satisfaction globale à l'égard de l'OPIC. Si elles sont tout aussi enclines que les autres à rapporter avoir reçu des services dans la langue officielle de leur choix, les personnes n'ayant pas obtenu l'enregistrement ou l'octroi de droits de PI ou ayant soumis une demande par la suite abandonnée ou refusée se montrent cependant moins susceptibles d'être en accord avec les autres énoncés portant sur le personnel de l'OPIC.

5. Services en ligne

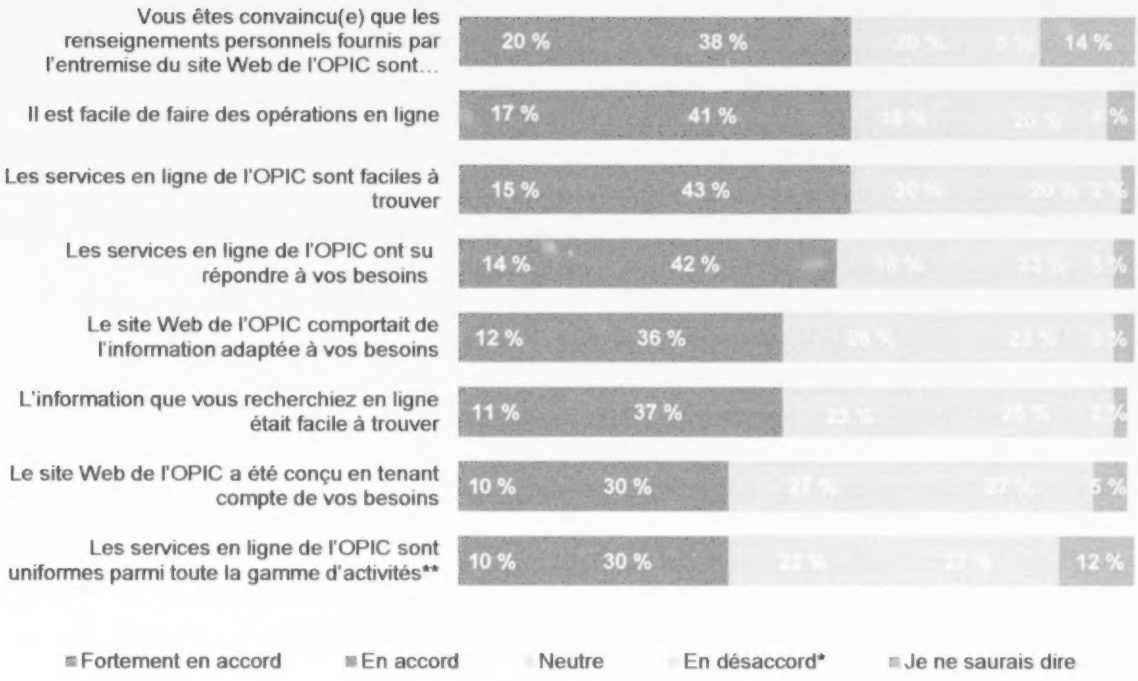
Une faible majorité de répondants sont d'accord pour dire que les renseignements fournis par l'entremise du site Web de l'OPIC sont protégés, qu'il est facile d'y faire des opérations en ligne, que les services en ligne de l'OPIC sont faciles à trouver et qu'ils répondent à leurs besoins. Les personnes répondant que ces services ne satisfont pas leurs besoins expliquent leur point de vue en mentionnant principalement la difficulté de trouver sur le site l'historique de leur dossier pour examen ou la présence de multiples onglets, ou encore le fait que le site de l'organisme n'est ni convivial, ni facilement navigable.

a) Opinions sur les services en ligne de l'OPIC et la disponibilité des renseignements

Huit énoncés relatifs à certains aspects des services en ligne de l'OPIC ont été présentés aux répondants; ceux-ci devaient ensuite indiquer la mesure dans laquelle ils étaient en accord ou en désaccord avec chacun d'eux. Une faible majorité de répondants sont d'accord (fortement en accord et en accord) pour dire qu'ils sont convaincus que les renseignements personnels fournis par l'entremise du site Web de l'OPIC sont protégés (58 %), qu'il est facile d'y faire des opérations en ligne (58 %), que les services en ligne de l'OPIC sont faciles à trouver (58 %) et qu'ils répondent à leurs besoins (56 %).

Un peu moins de la moitié des répondants affirment que l'information qu'ils recherchaient en ligne s'est avérée facile à trouver (48 %) et que le site Web de l'OPIC comportait de l'information adaptée à leurs besoins (48 %). Un moins grand nombre de personnes (40 %) sont d'accord pour dire que le site Web de l'OPIC a été conçu en tenant compte de leurs besoins ou que les services en ligne de l'OPIC sont uniformes pour toute la gamme d'activités (40 % des personnes ayant déjà présenté plus d'un type de demandes de PI). Le fait d'être fortement en accord avec un énoncé varie de 10 à 20 % pour chacun d'eux et le fait d'être fortement en désaccord, de 8 à 27 %.

Niveau d'accord à l'égard d'énoncés portant sur les services en ligne de l'OPIC



Q24 Dans quelle mesure êtes-vous en accord ou en désaccord avec les énoncés suivants?

** Les données présentées représentent les répondants s'étant dit en désaccord (NET) (y compris fortement en désaccord et en désaccord).*

*** SOUS-GROUPE : Clients de multiples secteurs d'activité (n=209).*

Niveau d'accord à l'égard d'énoncés portant sur les services en ligne de l'OPIC, par groupe de clients et type de PI

Répondants en accord (NET) (fortement en accord et en accord) avec les énoncés portant sur les services en ligne de l'OPIC	Groupe de clients				Type de PI		
	Agents (n=433)	Clients non représentés (n=584)	Clients représentés (n=46)	Clients divers (n=73)	Marques de commerce (n=781)	Brevets (n=242)	Dessins industriels (n=133)
Il est facile de faire des opérations en ligne	57 %	60 %	30 %	58 %	61 %	48 %	52 %
Vous êtes convaincu(e) que les renseignements personnels fournis par l'entremise du site Web de l'OPIC sont protégés	52 %	61 %	41 %	51 %	59 %	55 %	52 %
Les services en ligne de l'OPIC sont faciles à trouver	55 %	58 %	50 %	59 %	59 %	54 %	49 %
Les services en ligne de l'OPIC ont su répondre à vos besoins	50 %	58 %	41 %	56 %	58 %	48 %	51 %
L'information que vous recherchiez en ligne était facile à trouver	44 %	50 %	41 %	49 %	50 %	47 %	44 %
Le site Web de l'OPIC comportait de l'information adaptée à vos besoins	42 %	50 %	33 %	48 %	48 %	47 %	44 %
Le site Web de l'OPIC a été conçu en tenant compte de vos besoins	31 %	42 %	28 %	42 %	41 %	36 %	35 %

Q24 Dans quelle mesure êtes-vous en accord ou en désaccord avec les énoncés suivants?

En général, les clients non représentés sont plus enclins que les agents à indiquer leur accord avec chacun de ces énoncés, sauf en ce qui a trait à la facilité à trouver les services en ligne de l'OPIC et à faire des opérations en ligne (deux éléments pour lesquels un observe peu de différences d'opinions entre les deux groupes). Les niveaux d'accord se ressemblent beaucoup chez les clients non représentés et les clients divers. Comme dans le cas des autres séries d'énoncés de ce sondage, le degré d'accord avec certaines affirmations a tendance à être plus faible parmi les clients représentés, qui sont par ailleurs les plus susceptibles de se montrer neutres ou de ne pouvoir émettre une opinion.

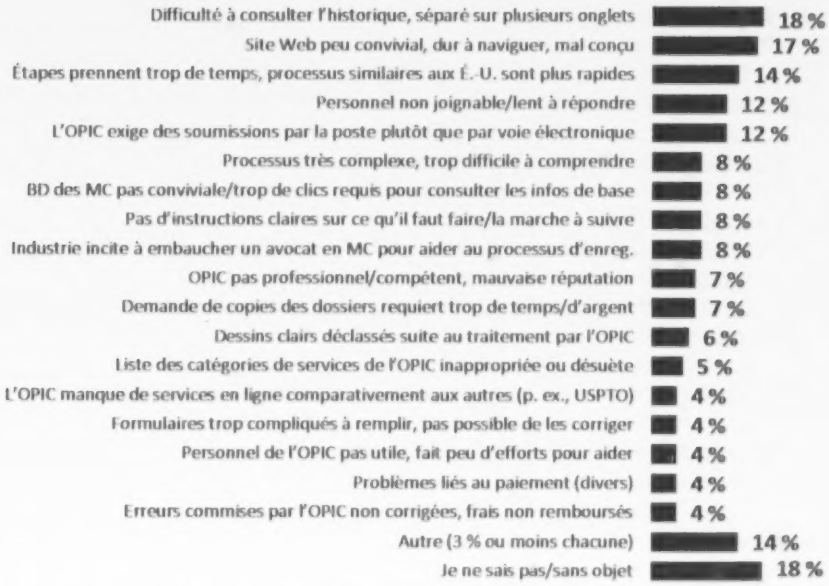
Les niveaux d'accord sur les services en ligne de l'OPIC se ressemblent d'un type de PI à un autre, mais les clients dont les réponses réfèrent à une demande de marque de commerce sont plus susceptibles que les autres d'affirmer qu'il est facile de faire des opérations en ligne et que les services en ligne de l'OPIC ont su répondre à leurs besoins.

Les taux d'accord sont également similaires pour toutes les régions, les secteurs d'activité et les tailles d'organisations, mais s'avèrent, pour la plupart des énoncés, plus élevés chez les clients ayant obtenu l'enregistrement ou l'octroi de leur demande et chez ceux n'ayant pas connu son abandon ou son refus. Les agents ayant 10 années ou moins d'expérience sont plus susceptibles de dire qu'il est facile de faire des opérations en ligne, d'être convaincus que les renseignements personnels seront protégés et que le site Web de l'OPIC a été conçu en tenant compte de leurs besoins. Le niveau d'accord tend également à être plus élevé chez les agents ne travaillant pas auprès d'une clientèle internationale dans le domaine de la PI.

b) *Raisons pour lesquelles les services en ligne n'ont pas su répondre aux besoins des clients*

Les clients ayant répondu que les services en ligne de l'OPIC n'avaient pas su répondre à leurs besoins (23 % de l'échantillon total) ont été appelés à préciser pourquoi (réponses ouvertes, sans options de réponses). Les principaux problèmes soulevés sont liés à la difficulté de trouver l'historique de leur dossier à l'OPIC ou d'accéder à cet historique pour examen (ou, pour 18 % des gens, au fait que leur dossier est divisé en plusieurs onglets), ou encore au fait que le site de l'organisme n'est ni convivial, ni facilement navigable (17 %). Une autre raison fréquemment invoquée est qu'il faut trop longtemps pour franchir chacune des étapes du processus (14 %). L'absence de communications de la part du personnel, les réponses trop tardives ou le fait que l'OPIC insiste pour avoir recours à la poste plutôt qu'aux demandes électroniques sont des raisons citées chacune par 12 % des répondants.

Raisons pour lesquelles les services en ligne de l'OPIC n'ont pas su répondre aux besoins



Q25 Vous avez indiqué que les services en ligne de l'OPIC n'ont pas su répondre à vos besoins. En quoi n'ont-ils pas répondu à vos besoins?

SOUS-GROUPE : Clients ayant indiqué être en désaccord avec l'énoncé « Les services en ligne de l'OPIC ont su répondre à vos besoins » (n=273).

On observe certaines différences dans les réponses des divers groupes. Ainsi, les agents se révèlent plus susceptibles que les clients non représentés de mentionner la difficulté de trouver l'historique de leur dossier à l'OPIC ou d'accéder à cet historique pour examen (30 %, par rapport à 16 %), le fait que l'OPIC insiste pour avoir recours à la poste pour communiquer ou transmettre des documents (26 %, par rapport à 9 %), l'absence de convivialité de la base de données relative aux marques de commerce (25 %, par rapport à 4 %) et le fait que les divers systèmes de l'OPIC ne font pas le poids comparativement à ceux des autres OPI (16 %, par rapport à 2 %). Les clients non représentés sont, pour leur part, plus enclins que les agents à mentionner l'absence de directives claires sur la marche à suivre ou les étapes à franchir (10 %, comparativement à 2 %) ou la pression qu'ils ressentent pour embaucher un agent pour les assister dans ce processus (7 %, comparativement à 1 %).

Les problèmes d'accès au dossier semblent plus fréquents chez les clients présentant une demande associée à un brevet ou à un dessin industriel, alors que les plaintes relatives au temps nécessaire pour franchir chacune des étapes du processus sont plus courantes chez les clients présentant une demande liée à une marque de commerce ou à un dessin industriel. Les clients faisant une demande de brevet sont également plus susceptibles que les autres de rapporter des problèmes liés au paiement, alors que

ceux présentant une demande de marque de commerce s'avèrent plus enclins à mentionner la pression ressentie pour que soient embauchés des avocats spécialisés pour leur venir au cours du processus.

Les agents possédant une plus grande expérience (21 années et plus) s'avèrent plus enclins que ceux dont l'expérience est moindre à exprimer certaines préoccupations relativement au temps nécessaire pour franchir chaque étape, et moins susceptibles de mentionner le fait que l'OPIC continue d'insister pour avoir recours à la poste.

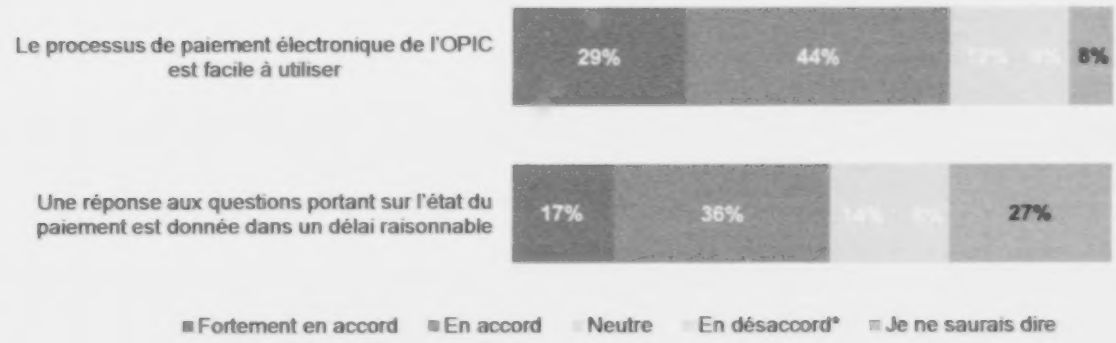
6. Opinions sur le processus de paiement

On observe que la vaste majorité des répondants sont d'avis que le processus de paiement électronique de l'OPIC est facile à utiliser. La plupart des personnes ayant une opinion sur le sujet sont également d'accord pour dire que les réponses aux questions sur l'état du paiement sont données dans un délai raisonnable.

Les clients sont généralement d'accord pour affirmer que le processus de paiement électronique de l'OPIC est facile à utiliser (73 %); trois personnes sur dix (29 %) sont même fortement en accord avec cet énoncé. Peu de clients se montrent en désaccord avec cette affirmation (8 %), et un pourcentage semblable d'entre eux se montrent incapables de répondre (8 %).

La plupart des clients sont également d'avis que les réponses aux questions relatives à l'état des paiements sont données rapidement (53 %); un faible pourcentage d'entre eux (6 %) expriment leur désaccord. On note cependant que de nombreux répondants (27 %) ne sont pas en mesure de répondre à cette question, probablement parce qu'ils n'ont pas eu à attendre une réponse à ce sujet, ou se montrent neutres (14 %).

Niveau d'accord à l'égard d'énoncés portant sur le processus de paiement de l'OPIC



Q26 Dans quelle mesure êtes-vous en accord ou en désaccord avec les énoncés suivants?

** Les données présentées représentent les répondants s'étant dit en désaccord (NET) (y compris fortement en désaccord et en désaccord).*

Niveau d'accord à l'égard d'énoncés portant sur le processus de paiement de l'OPIC, par groupe de clients et type de PI

Répondants en accord (NET) (fortement en accord et en accord) avec les énoncés portant sur le processus de paiement	Groupe de clients				Type de PI		
	Agents (n=433)	Clients non représentés (n=584)	Clients représentés (n=46)	Clients divers (n=73)	Marques de commerce (n=781)	Brevets (n=242)	Dessins industriels (n=113)
Le processus de paiement électronique de l'OPIC est facile à utiliser	72 %	75 %	39 %	71 %	78 %	54 %	66 %
Une réponse aux questions portant sur l'état du paiement est donnée dans un délai raisonnable	45 %	58 %	24 %	44 %	54 %	54 %	47 %

Q26 Dans quelle mesure êtes-vous en accord ou en désaccord avec les énoncés suivants?

Le fait d'être d'accord pour dire que le processus de paiement de l'OPIC est facile à utiliser varie peu d'un type de clients à un autre. Les clients représentés sont toutefois beaucoup plus susceptibles que les autres d'affirmer être incapables de répondre à la question (37 %, comparativement à 5 % et à 13 %, respectivement, pour les agents et les clients non représentés). Les clients ayant soumis une demande de marque de commerce sont plus susceptibles que ceux ayant présenté une demande de brevet ou de dessin industriel d'affirmer que ce processus est facile d'utilisation. Sont également plus enclins à être d'accord avec cette affirmation les clients dont la demande n'a pas été abandonnée ou refusée, les clients représentés et non représentés ayant soumis un plus grand nombre de demandes et les agents qui ne travaillent qu'avec des clients canadiens.

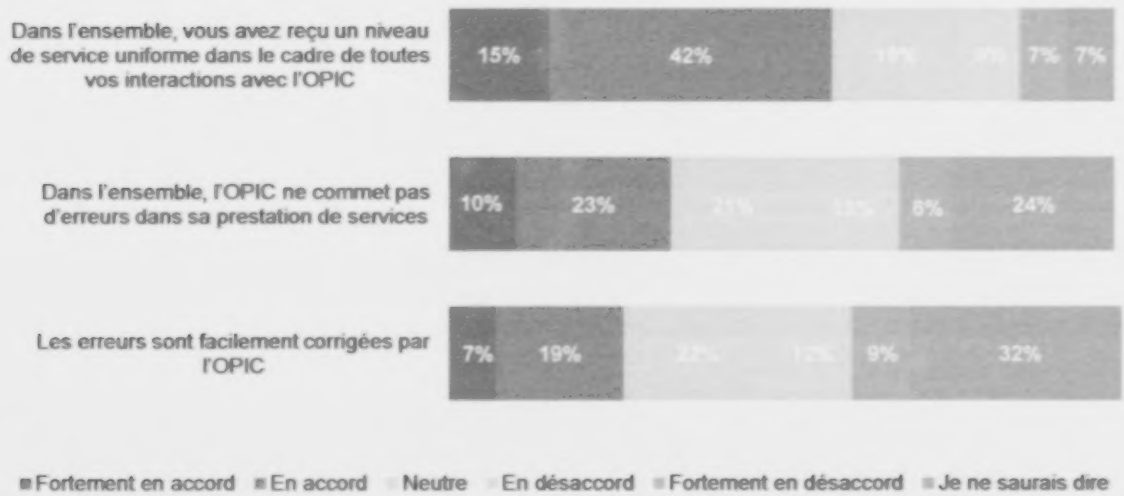
Les clients non représentés sont plus nombreux à affirmer que les réponses aux questions portant sur l'état du paiement sont données dans un délai raisonnable (58 %); un fort pourcentage de chacun des types de clients affirme cependant n'avoir aucune opinion sur la question (entre 23 % et 54 %, selon le type de clients). Le fait d'être d'accord avec cette affirmation est aussi plus élevé chez les agents ne travaillant pas auprès d'une clientèle internationale.

7. Opinions sur l'uniformité du service et le traitement des erreurs

Une faible majorité de clients affirment avoir reçu un niveau de service uniforme dans le cadre de leurs interactions avec l'OPIC. Un plus faible nombre d'entre eux sont d'avis que l'OPIC ne commet pas d'erreurs dans sa prestation de services, ou qu'il est facile de voir les erreurs commises être corrigées.

Certains énoncés relatifs à l'uniformité des services de l'OPIC et à son traitement des erreurs ont été présentés aux répondants; ceux-ci devaient ensuite indiquer la mesure dans laquelle ils étaient en accord ou en désaccord avec chacun d'eux. Les taux d'accord s'avèrent plus élevés lorsqu'il est question de l'uniformité du niveau de service reçu de l'OPIC au cours des interactions des clients avec l'organisme, une majorité de répondants se disant en accord (57 %) avec l'énoncé à ce sujet, alors que seule une petite minorité d'entre eux sont en désaccord (16 %). Les niveaux d'accord sont toutefois plus faibles lorsqu'on leur présente l'énoncé selon lequel l'OPIC ne commet pas d'erreurs dans sa prestation de services : un tiers (33 %) des répondants sont de cet avis et une personne sur cinq (21 %) manifeste son désaccord, alors qu'un fort pourcentage de clients se disent neutres (21 %) ou incapables de formuler une réponse (24 %). Ces résultats se répètent lorsqu'on demande aux clients si les erreurs sont facilement corrigées par l'OPIC : comme plusieurs répondants ne semblent pas avoir connu ce problème, près d'un quart (22 %) d'entre eux demeurent neutres, et un tiers (32 %) s'avèrent incapables de répondre. Un quart de tous les clients se disent d'accord avec cet énoncé (26 %), alors qu'une personne sur cinq est en désaccord (21 %).

Niveau d'accord à l'égard d'énoncés portant sur l'uniformité du service et le traitement des erreurs



Q27 Dans quelle mesure êtes-vous en accord ou en désaccord avec les énoncés suivants?

Niveau d'accord à l'égard d'énoncés portant sur l'uniformité du service et le traitement des erreurs, par groupe de clients et type de PI

Répondants en accord (NET) (fortement en accord et en accord) avec les énoncés portant sur certains aspects des services fournis par l'OPIC	Groupe de clients				Type de PI		
	Agents (n=433)	Clients non représentés (n=584)	Clients représentés (n=46)	Clients divers (n=73)	Marques de commerce (n=781)	Brevets (n=242)	Dessins industriels (n=113)
Dans l'ensemble, vous avez reçu un niveau de service uniforme dans le cadre de toutes vos interactions avec l'OPIC	50 %	60 %	35 %	48 %	59 %	53 %	46 %
Dans l'ensemble, l'OPIC ne commet pas d'erreurs dans sa prestation de services	28 %	37 %	15 %	22 %	34 %	35 %	25 %
Les erreurs sont facilement corrigées par l'OPIC	31 %	26 %	13 %	19 %	25 %	29 %	28 %

Q27 Dans quelle mesure êtes-vous en accord ou en désaccord avec les énoncés suivants?

Comme dans le cas d'autres questions visant à mesurer le niveau d'acceptation de certains énoncés, le degré d'accord avec certaines affirmations est plus faible parmi les clients représentés, qui sont par ailleurs les plus susceptibles de ne pouvoir émettre une opinion. Les clients non représentés s'avèrent légèrement plus susceptibles que les agents d'être d'accord pour dire qu'ils ont reçu un niveau de service uniforme dans le cadre de toutes leurs interactions avec l'OPIC (60 %, par rapport à 50 %) ou que l'OPIC ne commet pas d'erreurs dans sa prestation de services (37 %, par rapport à 28 %).

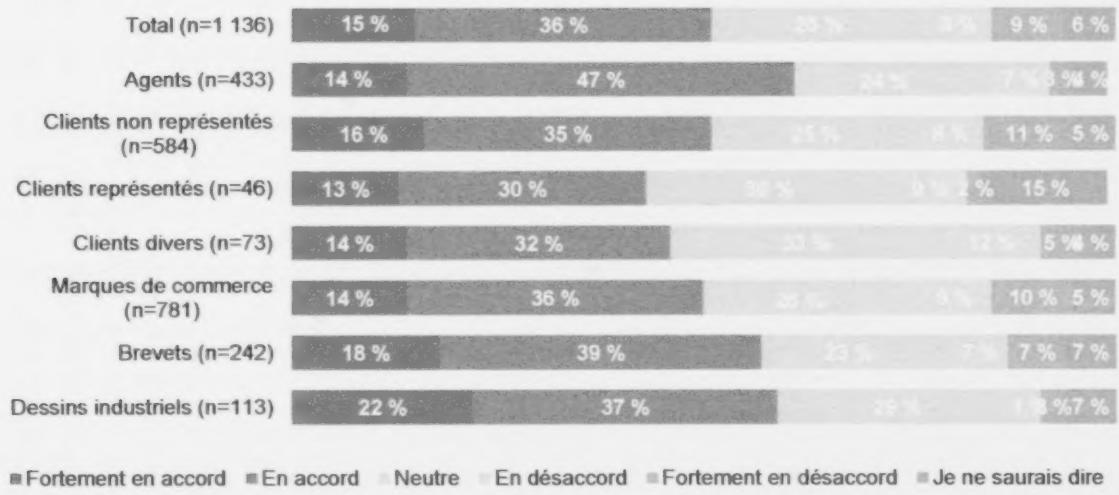
Les réponses données à ces questions se ressemblent d'un type de PI à un autre. On observe cependant que les clients ayant présenté une demande de marque de commerce sont plus susceptibles que ceux ayant présenté une demande de dessin industriel de dire qu'ils ont reçu un niveau de service uniforme de la part de l'OPIC (59 %, par rapport à 46 %). Les personnes ayant obtenu l'enregistrement ou l'octroi de leur demande et celles dont la demande n'a pas été abandonnée ou refusée sont également plus enclines à être d'accord avec ces énoncés. Le fait d'être d'accord pour dire que l'OPIC ne commet pas d'erreurs dans sa prestation de services ou qu'ils ont obtenu un niveau de service uniforme de la part de l'organisme est plus fréquent chez les clients dont l'organisation compte 100 employés ou moins que chez ceux travaillant au sein de plus grandes entreprises.

8. Opinions sur le coût des services

La moitié des clients sont d'accord pour dire que les produits et services fournis par l'OPIC en valent le coût.

Une faible majorité de clients (51 %) sont d'avis que les produits et services de l'OPIC en valent le coût (dont 15 % qui se disent fortement en accord avec l'énoncé). Un quart des clients (26 %) sont neutres, et 17 % d'entre eux expriment leur désaccord avec cette affirmation (une personne sur dix de ce groupe se dit fortement en désaccord).

Niveau d'accord quant à l'idée que les produits et services fournis par l'OPIC en valent le coût



Q28 Dans quelle mesure êtes-vous en accord ou en désaccord avec l'énoncé suivant : « Les produits ou services fournis par l'OPIC en valent le coût »?

Les agents sont plus susceptibles que chacun des autres groupes de clients d'être d'accord pour dire que les services de l'OPIC en valent le coût (bien qu'un fort niveau d'accord soit sensiblement le même pour tous les groupes). Les clients représentés sont les plus enclins à affirmer ne pas être en mesure de répondre (à 15 %). Le niveau d'accord global avec cet énoncé s'avère sensiblement le même pour chacun des types de PI.

Le fait d'être en accord est plus fréquent chez les hommes que chez les femmes (55 %, par rapport à 49 %). On n'observe aucune différence régionale notable en ce qui concerne les niveaux d'accord dans l'ensemble. Le fait d'être d'accord pour dire que les produits et services de l'OPIC en valent le coût est étroitement lié au fait d'être satisfait des services de l'organisme en général, d'avoir obtenu l'enregistrement ou l'octroi de droits de PI et de ne pas avoir présenté une demande qui a par la suite été abandonnée ou refusée. Le degré de satisfaction à l'égard des produits et services de l'OPIC augmente en fonction de la taille de l'organisation (le nombre d'employés) et du nombre de demandes présentées (il passe de 43 % chez les clients représentés et non représentés ayant soumis une demande à 69 % chez ceux en ayant soumis trois ou plus).

F. AUTRES SERVICES

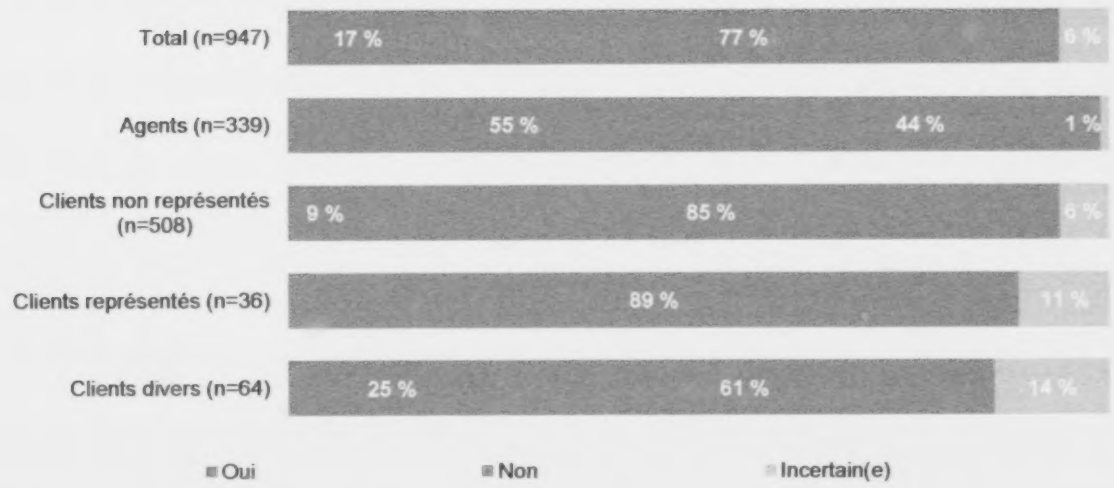
1. Procédure d'opposition ou procédure sommaire de radiation

Un client sur six — mais plus de la moitié des agents — a pris part à une procédure d'opposition ou à une procédure sommaire de radiation au cours des 18 derniers mois. Une majorité de ces clients affirment être satisfaits des services qui leur ont été fournis par l'OPIC durant ces procédures.

a) Participation à une procédure d'opposition ou à une procédure sommaire de radiation

On a demandé aux clients ayant présenté une demande de marque de commerce au cours des 18 derniers mois s'ils avaient pris part à une procédure d'opposition ou à une procédure sommaire de radiation. Dans l'ensemble, plus des trois quarts (77 %) des répondants ne l'avaient pas fait; moins d'une personne sur cinq (17 %) y avait pris part. Les personnes ayant participé à ces procédures ont tendance à être des agents (55 %) plutôt que des clients non représentés (9 %) et divers (25 %). Aucun client représenté ne rapporte une telle expérience.

Participation à une procédure d'opposition ou à une procédure sommaire de radiation au cours des 18 derniers mois



Q29 Au cours des 18 derniers mois, avez-vous pris part à une procédure d'opposition ou une procédure sommaire de radiation?

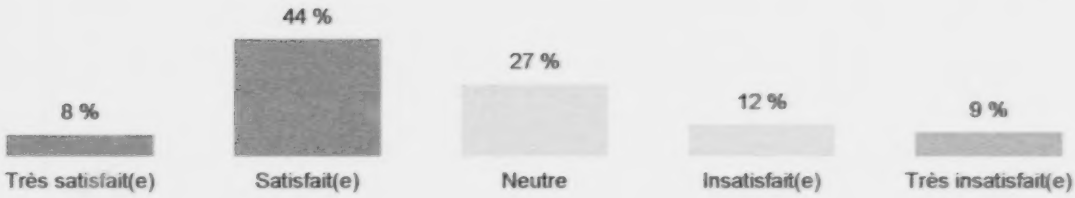
SOUS-GROUPE : Clients ayant connu une expérience en matière de marques de commerce au cours des 18 derniers mois (n=947).

La participation à ce type de procédures est plus courante chez les agents plus expérimentés et ceux travaillant auprès de clients internationaux dans le domaine de la PI, de même que chez les clients représentés et les clients non représentés ayant un nombre plus élevé de demandes en cours.

b) *Satisfaction globale à l'égard des services fournis par l'OPIC durant les procédures d'opposition ou les procédures sommaires de radiation*

Une majorité (52 %) de clients ayant pris part à une procédure d'opposition ou à une procédure sommaire de radiation au cours des 18 derniers mois se déclarent satisfaits des services fournis par l'OPIC durant ce processus. Bien que moins d'un répondant sur dix affirme en être très satisfait, un plus grand nombre de clients (44 %) disent en être satisfaits. Seule une personne sur cinq (21 %) exprime une insatisfaction à ce sujet. Environ un quart des clients sondés disent être neutres (27 %). Étant donné la petite taille des échantillons des sous-groupes, seuls les résultats globaux sont présentés ici.

Niveau de satisfaction globale à l'égard des services fournis par l'OPIC durant les procédures d'opposition ou les procédures sommaires de radiation



Q30 Dans l'ensemble, dans quelle mesure avez-vous été satisfait(e) des services qui vous ont été fournis par l'OPIC durant votre ou vos procédures d'opposition ou votre ou vos procédures sommaires de radiation?

Remarque : Nous souhaitons connaître votre degré de satisfaction à l'égard des services reçus, plutôt qu'à l'égard d'une décision rendue au terme de cette procédure.

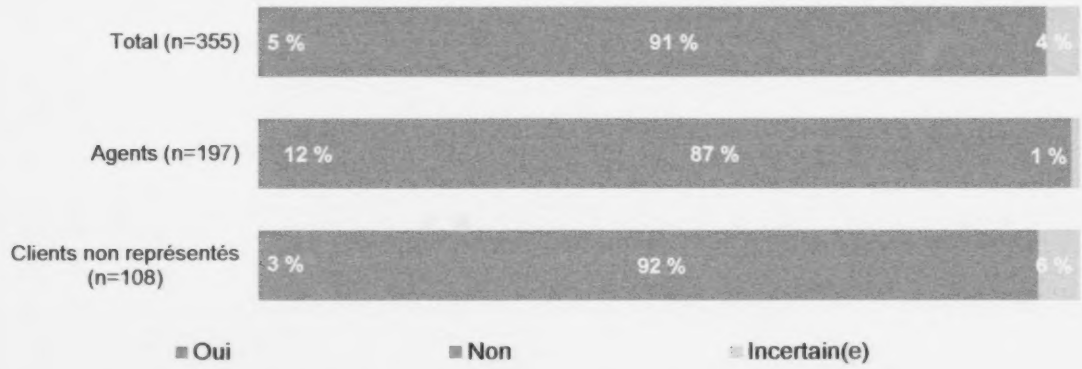
SOUS-GROUPE : Clients ayant pris part à une procédure d'opposition ou à une procédure sommaire de radiation au cours des 18 derniers mois (n=248).

2. Expérience auprès de la Commission d'appel des brevets

Peu de clients ont eu affaire à la Commission d'appel des brevets; chez ceux qui l'ont fait, le taux de satisfaction à l'endroit de cette dernière varie.

Dans l'ensemble, très peu de clients (5 %) ont eu affaire à la Commission d'appel des brevets au cours des 18 derniers mois. Comme il s'agit d'un processus plus complexe, les agents sont plus susceptibles que les autres clients d'en avoir une certaine expérience. Malgré tout, seul un agent sur dix environ a eu affaire à la Commission au cours de la dernière année et demie (12 %). Parmi le petit nombre de répondants l'ayant fait (n=26), deux disent en être très satisfaits, dix s'estiment satisfaits, neuf demeurent neutres et cinq expriment une certaine insatisfaction.

Clients ayant eu affaire à la Commission d'appel des brevets au cours des 18 derniers mois



Q31 Au cours des 18 derniers mois, avez-vous eu affaire à la Commission d'appel des brevets?

SOUS-GROUPE : Clients ayant connu une expérience en matière de brevets ou de dessins industriels au cours des 18 derniers mois (n=355).

** Les bases de clients représentés (n=23) et de clients divers (n=27) sont trop petites pour être rapportées.*

Q32 Dans l'ensemble, dans quelle mesure avez-vous été satisfait(e) des services qui vous ont été fournis par l'OPIC lorsque vous avez eu affaire à la Commission d'appel des brevets? Remarque : Nous souhaitons connaître votre degré de satisfaction à l'égard des services reçus, plutôt qu'à l'égard d'une décision rendue par la Commission d'appel des brevets.

SOUS-GROUPE : Clients ayant pris part à une procédure d'opposition ou une procédure sommaire de radiation au cours des 18 derniers mois (n=26).

REMARQUE : LA BASE DE RÉFÉRENCE EST DE TRÈS PETITE TAILLE.

G. SERVICES D'INFORMATION

1. Services d'information de l'OPIC en matière de PI

a) Connaissance des services d'information de l'OPIC

On observe qu'à l'heure actuelle, les clients représentés et non représentés de l'OPIC connaissent mal les services d'information de l'organisme en matière de PI.

On a demandé aux clients représentés et non représentés de l'OPIC s'ils connaissaient les services d'information offerts par l'organisme en matière de PI. On observe que seul un de ces clients sur cinq (19 %) sait que l'OPIC offre des services visant à sensibiliser et à éduquer les Canadiens à propos de la propriété intellectuelle.

Connaissance du fait que l'OPIC offre des services d'information en matière de propriété intellectuelle

Q33 Avant aujourd'hui, saviez-vous que l'OPIC offrait des services visant à sensibiliser et à éduquer les Canadiens à propos de la propriété intellectuelle? Ces services incluent un éventail de documents d'information sur la PI, la tenue de séminaires et d'événements ainsi que l'accès à des employés de l'OPIC ayant pour rôle de vous aider à mieux comprendre l'importance de la PI et de discuter de votre stratégie en la matière.

SOUS-GROUPE : Clients non représentés, clients représentés et clients divers (n=703).

** La base de dessins industriels est trop petite pour être rapportée (n=29).*

Le niveau de connaissance des services d'information de l'OPIC en matière de PI est plus élevé chez les clients représentés (33 %) que chez les clients non représentés (18 %) et les clients divers (19 %). Dans l'ensemble, ce niveau de connaissance s'avère sensiblement le même, d'un point de vue statistique, pour chacun des types de PI.

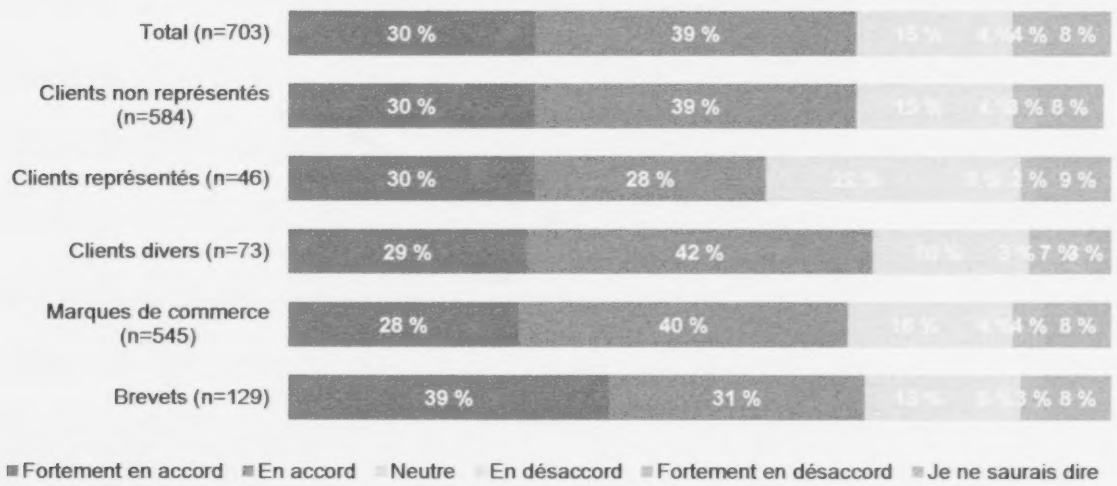
Le nombre de répondants qui connaissent ces services va de 14 pour cent dans l'Ouest à un maximum de 24 pour cent au Québec. Le niveau de connaissance est plus grand chez les clients représentés et les clients non représentés ayant soumis trois demandes ou plus au cours des 18 derniers mois. Il augmente également en fonction de la taille de l'organisation (le nombre d'employés).

b) Utilité des services d'information en matière de PI

La grande majorité des clients représentés et des clients non représentés s'entendent pour dire que les services d'information de l'OPIC en matière de PI sont utiles aux entreprises et aux individus.

Indépendamment de leur connaissance des services d'information de l'OPIC en matière de PI, les clients représentés et les clients non représentés étaient appelés à évaluer l'utilité de tels services pour des entreprises comme la leur. Les résultats indiquent que dans l'ensemble, sept personnes sur dix (69 %) sont fortement en accord ou en accord pour dire que ces services sont utiles; seule moins d'une personne sur dix (8 %) exprime son désaccord à ce sujet. Le reste des répondants sont neutres (15 %) ou ne sont pas en mesure de se prononcer sur la question (8 %).

Niveau d'accord quant à l'idée que les services d'information sont utiles pour des entreprises ou des personnes



Q34 Dans quelle mesure êtes-vous en accord ou en désaccord pour dire que ces types de services relatifs à la PI sont utiles pour des entreprises comme la vôtre ou des personnes comme vous?

SOUS-GROUPE : Clients non représentés, clients représentés et clients divers (n=703).

** La base de dessins industriels est trop petite pour être rapportée (n=29).*

Le fait d'être d'accord pour affirmer l'utilité de ces services d'information se retrouve dans des proportions statistiquement similaires chez les clients représentés, les clients non représentés et les clients divers.

Un fort niveau d'accord est plus présent chez les personnes ayant reçu des services relatifs à un brevet (39 %) par rapport à celles ayant reçu des services relatifs à une marque de commerce (28 %). Le taux d'accord global s'avère cependant similaire d'un groupe à l'autre.

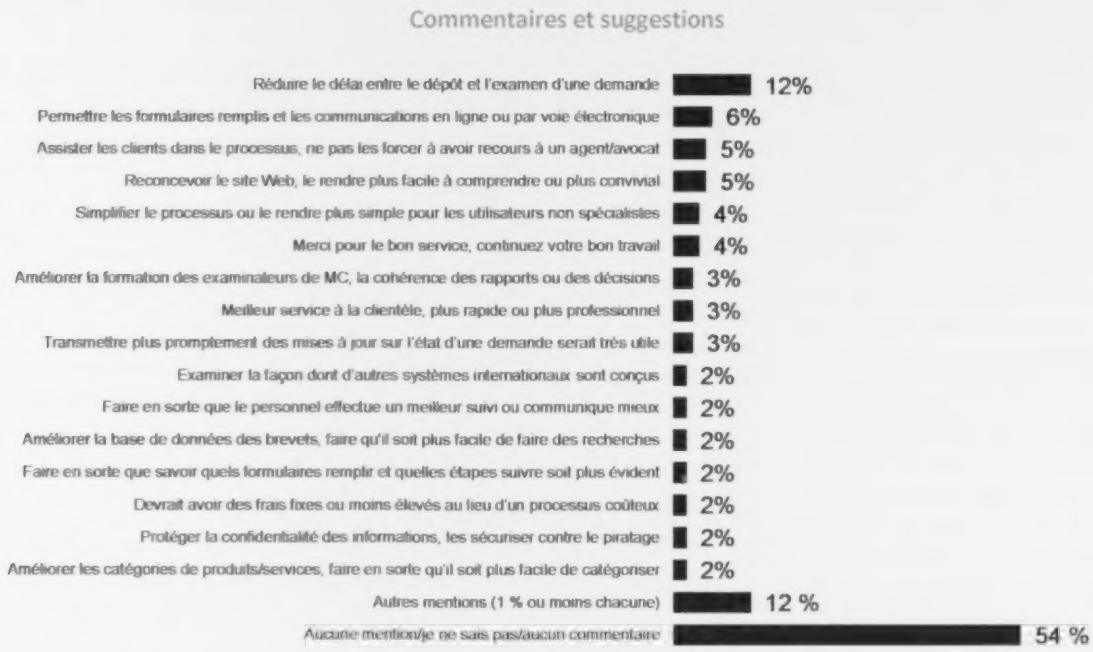
Il est intéressant de noter que les personnes susceptibles de bénéficier le plus de ces services, par exemple celles n'ayant pas obtenu l'enregistrement ou l'octroi de leur demande de PI, ou celles dont la demande a été abandonnée ou refusée se montrent un peu moins enclines à affirmer que ces services d'information pourraient leur être utiles.

2. Commentaires et suggestions

Les commentaires les plus fréquents laissés par les clients sont liés à la nécessité, pour l'OPIC, de réduire les délais entre le dépôt et l'examen d'une demande.

À la fin du sondage, les clients étaient invités à ajouter leurs commentaires sur la façon dont l'OPIC pourrait améliorer ses services ou ses produits (question ouverte, sans choix de réponses).

Du vaste éventail de commentaires laissés par les répondants, il ressort principalement que ceux-ci souhaitent que soient écourtés les délais entre le dépôt et l'examen d'une demande, afin que ces derniers soient plus raisonnables. D'autres suggestions fréquemment formulées ont trait à la possibilité de permettre les communications et les formulaires en ligne ou électroniques (6 %), au fait de bénéficier de l'aide du personnel de l'OPIC tout au long du processus afin que l'embauche d'un agent ou d'un avocat ne soit pas nécessaire et à la nécessité de revoir en profondeur le site Web de l'organisme dans le but de le rendre plus convivial (5 % chacun).



Q35 Aimeriez-vous ajouter d'autres commentaires sur la façon dont l'OPIC pourrait améliorer ses services ou ses produits?

Les agents s'avèrent beaucoup plus susceptibles que les autres types de clients de demander que soient permis les formulaires et les communications électroniques, ou qu'une meilleure base de données relative aux brevets soit disponible. Les clients non représentés et les clients divers, quant à eux, sont plus susceptibles d'exprimer le souhait que des conseils leur soient prodigués ou qu'un membre du personnel les guide tout au long du processus, de façon à ce qu'ils puissent éviter l'embauche d'un agent ou d'un avocat. Les clients représentés s'avèrent beaucoup plus enclins à ne donner aucune suggestion ou à ne laisser aucun commentaire (plus des trois quarts agissent ainsi), probablement parce qu'ils ne participent pas directement au processus.

De façon générale, les réponses se ressemblent d'un type de PI à un autre, même si les personnes ayant présenté une demande de marque de commerce sont plus susceptibles de mentionner qu'elles auraient besoin que soit écourtée la période d'examen (14 %, par rapport à 8 % des personnes ayant présenté une demande de brevet et à 4 % de celles ayant soumis une demande de dessin industriel).

Les clients dont les organisations sont plus grandes (500 employés et plus), les agents de plus de 20 ans d'expérience et les agents travaillant auprès d'une clientèle internationale s'avèrent plus enclins à demander qu'une meilleure formation soit donnée aux examinateurs se penchant sur les marques de commerce, afin de permettre une plus grande cohérence de leurs rapports et décisions.

H. ANALYSE DES PRINCIPAUX FACTEURS D'INFLUENCE

L'un des principaux objectifs du sondage quantitatif était de déterminer les éléments susceptibles d'influencer la satisfaction globale à l'endroit des services fournis par l'OPIC, particulièrement ceux sur lesquels l'organisme peut exercer un certain contrôle (par exemple, le fait qu'il soit possible, pour l'OPIC, d'améliorer la rapidité de ses réponses, mais qu'il lui soit impossible de modifier le nombre de demandes soumises par un client ou le point de vue de ce dernier sur les politiques du gouvernement fédéral en matière de PI).

Cette analyse a été menée en trois étapes :

1. **Analyse des paramètres** —Une analyse des paramètres détermine les groupes de questions que les répondants perçoivent d'une même façon et auxquelles ils donnent des réponses similaires.

2. **Analyse des principaux facteurs d'influence** —Une méthode statistique multidimensionnelle appelée « analyse des principaux facteurs d'influence » précise les éléments moteurs clés menant à une satisfaction globale de la clientèle.

3. **Analyse de la performance** —Une analyse de la performance permet de cibler les aspects sur lesquels les efforts doivent être concentrés pour maximiser la satisfaction de la clientèle, en examinant le rendement de l'OPIC en ce qui a trait aux principaux facteurs de satisfaction.

1. ANALYSE DES PRINCIPAUX FACTEURS D'INFLUENCE

L'analyse des principaux facteurs d'influence a permis de cibler quatre éléments clés déterminant la mesure dans laquelle les clients sont, dans l'ensemble, satisfaits des services de l'OPIC. Ces quatre éléments moteurs comptent pour près de la moitié (46 %) des résultats obtenus, ou de la « variance » en ce qui a trait à la satisfaction globale de la clientèle à l'endroit de l'OPIC.

- **Examen** —La mesure dans laquelle les clients sont satisfaits de la qualité et de la clarté des communications écrites et verbales, des connaissances des examinateurs et de la cohérence des décisions rendues *à l'étape de l'examen*.

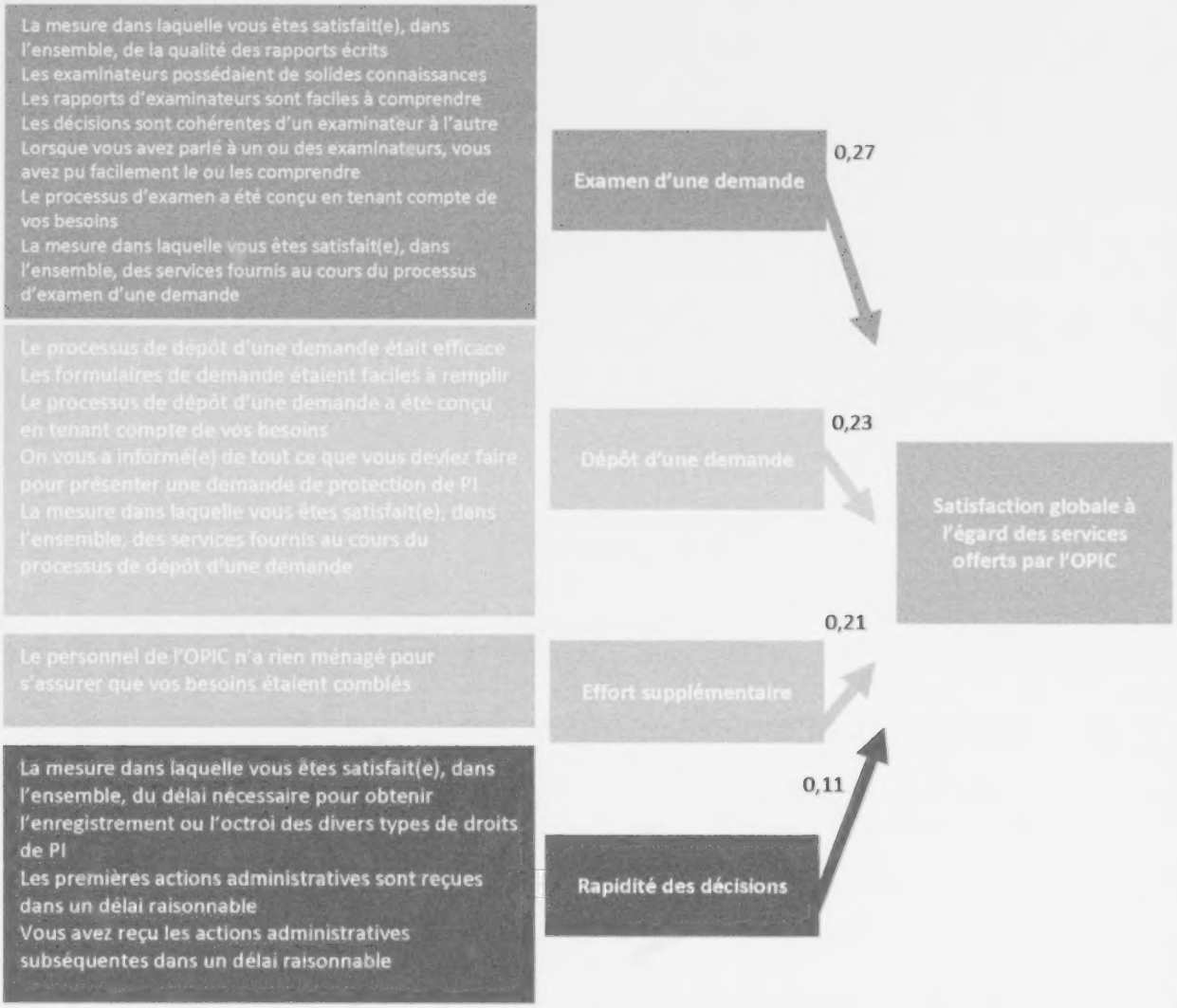
- **Dépôt** —La satisfaction en ce qui a trait au service fourni *à l'étape du dépôt*, y compris l'efficacité du processus et la mesure dans laquelle il est adapté aux besoins des clients, la facilité avec laquelle les formulaires peuvent être remplis et la capacité à comprendre ce qui est attendu de la clientèle.

- **Effort supplémentaire** —La perception selon laquelle le personnel de l'OPIC ne ménage aucun effort pour combler les besoins des clients.

- **Rapidité des décisions** —Le fait que les premières actions administratives et les actions subséquentes, de même que les enregistrements ou les octrois de PI en tant que tels, sont reçues dans un délai raisonnable.

L'image ci-dessous illustre la « pondération bêta » pour les facteurs, une mesure statistique de l'importance relative de chacun dans la mesure de prévision des résultats (dans le cas présent, la satisfaction globale de la clientèle). Plus élevée est la valeur d'un facteur, plus grande est son influence. La valeur de la pondération bêta est directement proportionnelle à l'efficacité prédictive d'un facteur donné. Ainsi, les points de vue sur le processus d'examen, qui ont une pondération bêta de 0,27, sont deux fois plus efficaces lorsqu'il s'agit de prédire la satisfaction globale de la clientèle que ne le sont ceux liés à la rapidité des décisions (qui affichent une pondération bêta de 0,11).

Facteurs relatifs aux services influençant la satisfaction globale des clients à l'égard de l'OPI



Trois de ces facteurs — l'examen, le dépôt et la rapidité des décisions — constituent des éléments moteurs courants de satisfaction, à la fois pour les agents, les clients représentés et les clients non représentés.

Le point de vue selon lequel l'OPIC ne ménage aucun effort pour satisfaire ses clients s'avère un élément moteur unique aux clients représentés et non représentés. Les séances de discussion en groupe nous apprennent que cette situation reflète fort probablement le fait que les clients représentés et non représentés sont ceux qui nécessitent le soutien de l'OPIC lorsqu'ils rencontrent des difficultés (alors que les agents souhaitent simplement que le processus soit efficace).

2. ANALYSE DE LA PERFORMANCE

L'objectif de cette partie de l'analyse est de cibler les caractéristiques des services les moins bien évaluées sur le plan de la performance pour chacun des facteurs s'avérant un élément moteur important de la satisfaction globale. Cette analyse permet de mettre en lumière les domaines dans lesquels les efforts de l'OPIC pour améliorer sa performance sont les plus susceptibles de mener à une plus grande satisfaction de la clientèle.

Les couleurs utilisées dans le tableau ci-dessous indiquent les possibilités d'amélioration associées à chacune des caractéristiques. La couleur bleue est utilisée pour indiquer des résultats dont la moyenne se situe sous 3,20, soit une note laissant entrevoir de fortes possibilités d'amélioration. La couleur verte signifie, pour sa part, des résultats moyens se situant entre 3,20 et 3,39; les caractéristiques qui y sont associées sont situent donc dans le deuxième tiers en matière de priorités.

Dans l'ensemble, cette analyse suggère que les efforts déployés pour développer ou adapter les processus et services de dépôt et d'examen en tenant compte des besoins des utilisateurs sont des changements susceptibles d'influencer, par la suite, les résultats en matière de satisfaction globale. Il serait également bénéfique, en ce qui concerne les agents, de s'attaquer aux perceptions liées à la cohérence des décisions rendues par les examinateurs, la caractéristique ayant reçu en moyenne la plus faible note dans l'ensemble. De fortes possibilités d'amélioration se dessinent également en ce qui concerne la rapidité des premières actions administratives et des actions subséquentes, de même que les délais généraux nécessaires pour obtenir l'enregistrement ou l'octroi de droits de PI.

Les résultats relatifs à la performance sont aussi relativement faibles lorsqu'il s'agit de dire que le personnel de l'OPIC ne ménage aucun effort pour combler les clients, et ce, tant pour les agents, les clients représentés que les clients non représentés. Les efforts visant à améliorer cette perception devraient toutefois s'attarder aux clients représentés et aux clients non représentés, pour qui cette caractéristique est un facteur important de la satisfaction globale.

Performance (résultats moyens) mesurée dans le cadre de questions du sondage approfondissant chaque facteur

Facteurs et éléments du sondage	Total	Agents	Clients représentés et clients non représentés
Examen d'une demande			
Le processus d'examen a été conçu en tenant compte de vos besoins	3,04	2,90	3,07
Les décisions sont cohérentes d'un examinateur à l'autre	3,12	2,63	[illegible]
La mesure dans laquelle vous êtes satisfait(e), dans l'ensemble, des services fournis au cours du processus d'examen d'une demande	[illegible]	3,12	[illegible]
La mesure dans laquelle vous êtes satisfait(e), dans l'ensemble, de la qualité des rapports écrits des examinateurs	[illegible]	[illegible]	[illegible]
Les rapports d'examinateurs sont faciles à comprendre	[illegible]	3,41	[illegible]
Les examinateurs possédaient de solides connaissances	3,63	3,48	3,66
Lorsque vous avez parlé à un ou des examinateurs, vous avez pu facilement le ou les comprendre	3,64	3,76	3,62
Dépôt d'une demande			
Le processus de dépôt d'une demande a été conçu en tenant compte de vos besoins	[illegible]	[illegible]	3,18
La mesure dans laquelle vous êtes satisfait(e), dans l'ensemble, des services fournis au cours du processus de dépôt d'une demande	[illegible]	3,54	[illegible]
On vous a informé(e) de tout ce que vous deviez faire pour présenter une demande de protection de propriété intellectuelle	3,42	3,68	[illegible]
Le processus de dépôt d'une demande était efficace	3,44	3,64	3,40
Les formulaires de demande étaient faciles à remplir	3,44	3,82	3,36
Effort supplémentaire			
Le personnel de l'OPIC n'a rien ménagé pour s'assurer que vos besoins étaient comblés	3,16	3,15	3,16
Rapidité des décisions			
La mesure dans laquelle vous êtes satisfait(e), dans l'ensemble, du délai nécessaire pour obtenir l'enregistrement ou l'octroi des divers types de droits de PI	3,18	[illegible]	3,15
Vous avez reçu les actions administratives subséquentes dans un délai raisonnable	[illegible]	3,18	[illegible]
En général, les premières actions administratives sont reçues dans un délai raisonnable	[illegible]	2,82	[illegible]

I. PROFIL DES CLIENTS

1. Type de PI par groupe de clients

Les agents et les clients représentés sont plus susceptibles que les clients non représentés d'avoir récemment présenté une demande de brevet.

Tous les groupes de clients sont très susceptibles d'avoir utilisé les services de marques de commerce. Le fait d'avoir déjà eu recours aux services de brevets est plus répandu chez les clients représentés (50 %) et les agents (41 %), alors que cela est moins courant chez les clients non représentés (16 %). Parmi tous les groupes, celui des agents est le plus susceptible d'avoir fait appel aux services de dessins industriels (26 %).

Secteurs d'activité au cours des 18 derniers mois

Secteurs d'activité au cours des 18 derniers mois	Total (n=1 136)	Groupe de clients			
		Agents (n=433)	Clients non représentés (n=584)	Clients représentés (n=46)	Clients divers (n=73)
Marques de commerce	85 %	78 %	87 %	78 %	88 %
Brevets	22 %	41 %	16 %	50 %	32 %
Dessins industriels	8 %	26 %	4 %	11 %	12 %

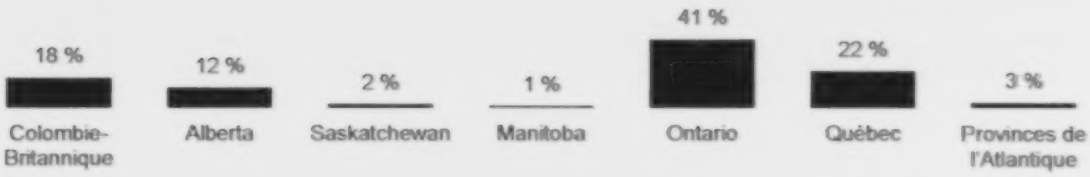
Q3 Lesquels des types suivants de propriété intellectuelle (PI) avez-vous présentés au cours des 18 derniers mois?

2. Caractéristiques des clients

Quatre clients de l'OPIC sur dix proviennent de l'Ontario; ils tendent à travailler pour de petites entreprises (moins de 100 employés) qui représentent un large éventail de secteurs d'activité. Il est plus probable que les clients nécessitant des services de PI soient des hommes.

Les clients de l'OPIC proviennent principalement de l'Ontario (41 %), avec un nombre important de clients provenant du Québec (22 %), de la Colombie-Britannique (18 %) et de l'Alberta (12 %). Les agents sont plus susceptibles d'être basés en Ontario que les clients représentés et les clients non représentés (48 % comparativement à 40 %, respectivement) qui, quant à eux, proviennent plus fréquemment de la Colombie-Britannique (19 %, comparativement à 14 % pour les agents).

Région



Q42 Dans quelle province ou quel territoire demeurez-vous?

Les clients de l'OPIC sont associés à un large éventail de secteurs d'activité, dont les plus couramment représentés sont ceux du commerce de détail (23 %) et de la fabrication (22 %), ainsi que celui des services professionnels, scientifiques et techniques (22 %). Tous ces secteurs sont plus largement représentés par les agents, car ces derniers travaillent pour le compte de clients issus d'une variété domaines.

Secteurs d'activité représentés au sein des clients présentant une demande de PI

Q39 SI AGENT : Quels secteurs d'activité représentez-vous le plus souvent lorsque vous agissez au nom de clients en matière de PI? Veuillez sélectionner toutes les réponses qui s'appliquent.

SI CLIENTS NON REPRÉSENTÉS/CLIENTS REPRÉSENTÉS : À quel secteur d'activité votre PI est-elle associée? Veuillez sélectionner toutes les réponses qui s'appliquent.

** Extraction minière, exploitation en carrière, et extraction de pétrole et de gaz.*

*** Services administratifs, services de soutien, services de gestion des déchets et services d'assainissement.*

Comme c'est le cas dans le profil général des entreprises canadiennes, la plupart des clients (84 %) peuvent être catégorisés comme travaillant au sein de petites entreprises (c.-à-d., moins de 100 employés); dont le quart (27 %) sont des travailleurs autonomes. Les clients non représentés tendent à être plus petits (34 % n'ont pas d'employés et 33 % ont seulement 1 à 4 employés). On retrouve le plus fréquemment des organisations comptant 100 employés ou plus dans la catégorie des agents (30 %), suivie de celle des clients représentés (21 %).

Nombre d'employés

Nombre d'employés	Total (n=1 136)	Groupe de clients			
		Agents (n=433)	Clients non représentés (n=584)	Clients représentés (n=46)	Clients divers (n=73)
Aucun employé (vous êtes travailleur[se] autonome)	27 %	15 %	34 %	10 %	12 %
De 1 à 4 employés	29 %	19 %	33 %	24 %	24 %
De 5 à 49 employés	24 %	27 %	22 %	21 %	35 %
De 50 à 99 employés	4 %	5 %	3 %	12 %	6 %
100 employés et plus	11 %	30 %	3 %	21 %	16 %

Q38 Combien d'employés travaillent dans l'ensemble des emplacements de votre entreprise au pays? Par cela, nous entendons les employés à temps plein et les employés à temps partiel, mais non les contractuels. Veuillez compter les employés à temps partiel en fonction du nombre d'équivalents temps plein.

REMARQUE : Six pour cent des clients ont préféré ne pas répondre à la question.

Les clients sont deux fois plus susceptibles d'être des hommes (61 %) que des femmes (31 %), alors qu'un faible pourcentage des répondants (7 %) ont préféré ne pas répondre. Le ratio des genres est plus équilibré au sein des agents (50 % d'hommes/37 % de femmes) que chez les clients représentés et les clients non représentés.

Genre

Secteurs d'activité au cours des 18 derniers mois	Total (n=1 136)	Groupe de clients	
		Agents (n=433)	Clients non représentés et clients représentés (n=703)
Homme	61 %	50 %	63 %
Femme	31 %	37 %	30 %
Je préfère ne pas répondre	7 %	12 %	7 %

Q44 À quel genre vous identifiez-vous?

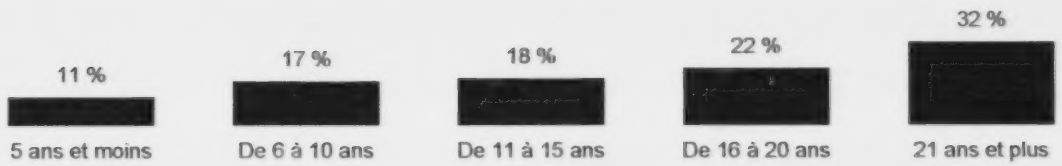
Le taux de satisfaction de la clientèle (globale et pour certains aspects précis des services de l'OPIC) ne varie pas de façon uniforme en fonction de l'emplacement des clients, du secteur d'activité ou de la taille de l'entreprise (comme définie par le nombre d'employés), à l'exception d'une tendance générale en fonction du genre, où les opinions extrêmes (c.-à-d. très satisfaits/satisfaits ou fortement en accord/en accord) sont plus courantes chez les hommes, alors que les femmes ont plus souvent des opinions neutres.

3. Agents

La majorité des agents travaillent dans le domaine de la PI depuis plus de 10 ans. Sept d'entre eux sur dix ont travaillé, au cours des 18 derniers mois, avec un client non canadien nécessitant des services de PI.

La plupart des agents ont de l'expérience en matière de PI. En effet, sept agents sur dix (72 %) travaillent dans ce domaine depuis plus de 10 ans, et le tiers d'entre eux (32 %) ont plus de 20 ans d'expérience.

Nombre d'années d'expérience des agents dans le domaine de la PI



Q40 Depuis combien d'années travaillez-vous dans le domaine de la PI?

SOUS-GROUPE : Agents (n=433).

La plupart des agents (72 %) ont travaillé avec des clients internationaux nécessitant des services de PI au Canada au cours des 18 derniers mois; ces clients proviennent principalement des États-Unis (68 %), puis de l'Europe (57 %) et de l'Asie (45 %).

Répondants ayant des clients internationaux nécessitant des services de PI au Canada

Q41 Au cours des 18 derniers mois, avez-vous personnellement travaillé avec ces clients internationaux nécessitant des services de PI au Canada?

SOUS-GROUPE : Agents (n=433).

De manière générale, le niveau de satisfaction globale à l'égard de l'OPIC et de certains aspects précis de ses services (p. ex., le dépôt d'une demande, l'examen d'une demande, la qualité du personnel, etc.) ne varie pas en fonction de l'expérience des agents, mais il est *plus bas* chez ceux ayant des clients internationaux que chez ceux n'ayant que des clients canadiens.

4. Clients représentés et clients non représentés

La majorité des clients représentés et des clients non représentés tendent à n'entreprendre qu'une seule procédure de demande auprès de l'OPIC, pour un produit de PI associé à leur entreprise uniquement. Toutefois, les clients non représentés sont plus susceptibles d'avoir des produits de PI qui leur sont personnellement associés.

Globalement, six clients représentés et clients non représentés sur dix (61 %) indiquent que leurs produits de PI sont associés à leur entreprise; ce ratio tend toutefois à être supérieur au sein des clients représentés (74 %) et des clients divers (71 %). Bien qu'il soit plus rare que les produits de PI soient associés seulement au client, de façon personnelle (23 %), ce pourcentage est plus élevé chez les clients non représentés (26 %). Les autres 16 pour cent des répondants ont indiqué que leurs produits de PI leur sont personnellement associés en partie, et sont associés à leur entreprise en partie.

Utilisation de produits de PI par les clients représentés et les clients non représentés

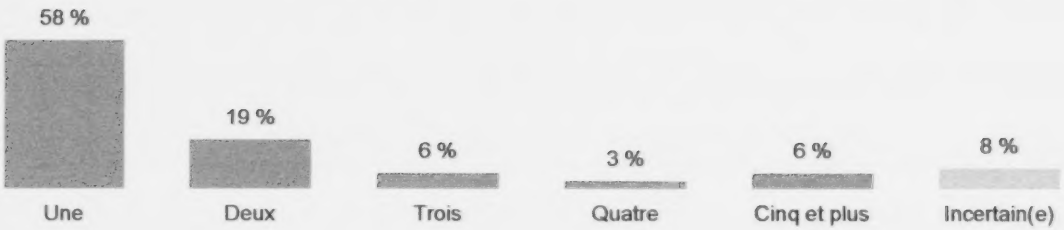
Secteurs d'activité au cours des 18 derniers mois	Total (n=703)	Groupe de clients		
		Clients non représentés (n=584)	Clients représentés (n=46)	Clients divers (n=73)
Est associée à votre entreprise	61 %	59 %	74 %	71 %
Vous est personnellement associée	23 %	26 %	9 %	10 %
Vous est personnellement associée en partie, et est associée à votre entreprise en partie	16 %	15 %	17 %	19 %

Q36 Lequel des énoncés suivants vous décrit le mieux? La demande de propriété intellectuelle que vous avez présentée, qui a été enregistrée ou qui a été octroyée...?

SOUS-GROUPE : Clients non représentés et clients représentés (n=703).

La majorité des clients représentés et des clients non représentés (58 %) ont entrepris une procédure de demande de PI auprès de l'OPIC au cours des 18 derniers mois, alors qu'un client sur cinq (19 %) en a entrepris deux et que 15 pour cent en ont entrepris trois ou plus (les huit autres pour cent indiquent être incertains quant au nombre de procédures de demande entreprises).

Nombre de demandes distinctes de PI présentées par des clients représentés et des clients non représentés au cours des 18 derniers mois



Q37 Au cours des 18 derniers mois, combien de procédures distinctes de demande de [TYPE DE PI : brevets/marques de commerce/dessins industriels] avez-vous entreprises auprès de l'OPIC?

SOUS-GROUPE : Clients non représentés et clients représentés (n=703).

Les clients non représentés sont plus susceptibles de n'entreprendre qu'une seule procédure de demande (61 %). On retrouve le plus faible pourcentage de clients ayant entrepris trois procédures ou plus chez les clients non représentés (13 %); cette proportion s'élève à un quart (23 %) des clients représentés et à un tiers (32 %) des clients divers.

En général (bien que ce ne soit pas le cas pour chaque élément du sondage), les clients représentés et les clients non représentés ayant entrepris trois procédures ou plus indiquent être davantage satisfaits de l'OPIC, dans son ensemble et relativement à certains aspects précis de ses services comme le dépôt d'une demande, l'examen d'une demande et la qualité du personnel. Cela suggère qu'au sein des clients représentés et des clients non représentés, le fait de posséder de l'expérience permet d'être plus satisfait du processus de PI.

III CONSTATATIONS DÉTAILLÉES - PHASE QUALITATIVE

A. OPINIONS GLOBALES SUR LES SERVICES DE L'OPIC

Au début de chaque séance de discussion en groupe, les participants étaient appelés à définir ce que signifie, à leurs yeux, le terme « services » lorsqu'il est question de leurs interactions avec l'OPIC. Ils devaient également préciser la teneur de ces interactions, précisément du point de vue des « services ». Il ressort de ces discussions que les trois types de clients étudiés diffèrent d'opinion lorsqu'il est question des services de l'OPIC et que, conséquemment, ils ciblent différents éléments de frustration à ce sujet.

Agents

Les agents sont des professionnels du domaine de la PI qui soumettent un grand nombre de demandes en la matière. Ils ont des opinions partagées en ce qui concerne les services fournis par l'OPIC. Ils se montrent généralement positifs lorsqu'il est question des employés de l'organisme, qu'ils jugent professionnels, courtois, polis et respecteux. Ces employés sont, aux yeux des agents, de bonnes personnes qui cherchent à faire de leur mieux (« Je n'ai jamais eu de contacts avec eux au cours desquels ils n'ont pas tenté de m'aider »), mais qui sont souvent gênés par les mécanismes en place.

Les frustrations des agents sont principalement liées à leur souhait d'obtenir des services adaptés à leurs besoins d'utilisateurs intensifs et fort expérimentés. Parmi les aspects des services les plus susceptibles d'être améliorés aux yeux des agents, notons les suivants :

- L'expérience en ligne et, particulièrement, la transition entre la correspondance papier et la correspondance numérique (sont cités, par exemple, les trop nombreuses erreurs et l'accès en ligne à certains documents, mais pas à d'autres) et la qualité des bases de données en matière de PI (la base de données sur les marques de commerce, en particulier, décrite comme étant « fonctionnellement inutile »).

- Le manque d'uniformité entre les divers secteurs d'activité (« Il existe trois OPIC... Vous devez faire affaire avec trois services différents »), qui rend le processus encore plus difficile (par exemple, l'existence de différents formulaires, les attentes divergentes, les différents endroits sur le site Web pour trouver de l'information).

- La perception d'un manque de cohérence dans le processus d'examen, généralement attribué à un manque de connaissances et de formation chez les examinateurs. En plus de rendre plus difficile, pour les agents, le fait de présenter avec succès les demandes de PI de leurs clients, cette situation est susceptible, de l'avis de ces mêmes agents, d'avoir un effet négatif sur la réputation du Canada.

Clients non représentés

Les clients non représentés ont choisi de mener à bien le processus menant au dépôt d'une demande de PI sans l'aide d'un agent. Ces clients décrivent une expérience des services positive et réussie, surtout grâce au site Web de l'OPIC et au soutien téléphonique reçu.

Ces clients désirent vivre une expérience en ligne positive, qu'ils souhaitent similaire à celle offerte par Amazon (« Toute amélioration devrait permettre au client d'être autosuffisant; ne me forcez pas à embaucher un agent »). Ils notent deux secteurs principaux dans lesquels l'OPIC devrait s'améliorer, à leur avis, pour répondre à ces attentes :

- Clarifier l'information nécessaire à une demande réussie (« Nous ferons ce qu'il y a à faire si [l'OPIC] clarifie ce qu'elle attend de nous »);

- Améliorer la transparence pour tout ce qui a trait à l'état de leur demande (« Où en suis-je dans le processus? ») et au moment où ils peuvent s'attendre à voir les choses bouger. Ce second aspect est particulièrement important, puisqu'il leur permet de faciliter leur planification et d'orienter leur stratégie commerciale.

Clients représentés

Les clients de ces groupes évoluent dans une variété de contextes et sont représentés pour une variété de raisons.

Certains clients représentés soumettent leur dossier de PI à un agent sans aucune question. Ils ont les moyens d'engager un agent, préfèrent consacrer leur temps à autre chose ou ont « toujours procédé de la sorte ». Il s'agit fréquemment de clients expérimentés qui présentent un grand nombre de demandes de PI. Ils n'ont souvent que très peu d'interactions directes avec l'OPIC. Pour ces clients, il est primordial que l'organisme assure la qualité et l'uniformité de son processus d'examen.

Il existe parmi les clients représentés un deuxième groupe, qui aurait aimé mener à bien le processus, ou à tout le moins tenter de le mener à bien, mais qui l'a jugé intimidant ou l'a abandonné après avoir rencontré des difficultés ou des complications. On observe qu'il s'agit généralement de clients moins expérimentés qui présentent un faible nombre de demandes de PI. L'une des principales préoccupations de ces clients est le manque de clarté du processus : quel est « l'ingrédient secret » permettant d'obtenir l'enregistrement ou l'octroi de droits de PI? Lorsqu'ils ont à fournir des renseignements à l'OPIC ou à répondre aux questions de l'organisme, ces clients désirent savoir de façon certaine ce qui est recherché. À l'instar des clients non représentés, ce groupe est ouvert à un processus qu'ils peuvent entreprendre eux-mêmes, en grande partie en ligne, mais à la condition que leur soient offerts des services favorisant leur capacité à soumettre avec succès une demande.

On retrouve finalement un certain nombre de clients représentés pour certains aspects, et non représentés pour d'autres. Un participant, par exemple, est ainsi venu décrire une situation dans laquelle un agent l'avait aidé à apposer une marque de commerce sur un logo, mais pas sur un nom. Ce client avait choisi de se passer d'un agent pour l'apposition d'une marque de commerce sur un nom, et était parvenu à ses fins. (« Je me suis dit, pourquoi avoir même pris la peine d'engager un agent au départ? »)

Cette discussion n'a pas manqué d'avoir pour effet de susciter l'intérêt de certains clients représentés, qui ont mentionné la possibilité de déposer eux-mêmes leurs demandes dans l'avenir.

B. AVANT LE DÉPÔT

Après avoir fait part de leur point de vue général sur les services de l'organisme, les participants aux séances de discussion étaient invités à examiner, étape par étape, leur parcours de clients de l'OPIC, de la période précédant le dépôt de leur demande au dépôt lui-même, sans oublier les processus d'examen, d'enregistrement et d'octroi. Pour chacune de ces étapes, ils devaient répondre à des questions sur leurs expériences et priorités.

Agents

Il ressort de ces entrevues qu'une source de frustration généralisée pour les agents s'avère l'absence de fonctionnalité des bases de données de l'OPIC en matière de PI. C'est ainsi qu'ils utilisent les termes « laborieux », « exécrable » et « exercice de frustration extrême » pour décrire ces outils de recherche. Ces critiques sont encore plus virulentes en ce qui a trait à la base de données pour les marques de commerce, à propos de laquelle les agents demandent soit une révision complète, soit un retour à l'ancienne version (d'avant la mise à jour). Les avis au sujet de la base de données pour les brevets sont plus partagés, même si certains agents affirment que les documents n'y sont pas présentés de façon

intuitive ou qu'il est difficile d'y suivre l'historique d'une demande du début à la fin. Aucune critique n'est faite à l'endroit de la base de données pour les dessins industriels précisément. Quelques agents mentionnent cependant que les difficultés qu'ils éprouvent avec les bases de données de l'OPIC les amènent à utiliser un service payant pour compléter leurs recherches.

Clients non représentés

Le site Web de l'OPIC représente la principale source d'information des clients non représentés avant le dépôt de leur demande. Généralement, à cette étape, ils n'ont encore eu aucune communication téléphonique en ou personne avec qui que ce soit; le site Web est, en ce sens, leur outil par défaut, et les participants ne semblent pas considérer d'autres options.

Les clients non représentés estiment que le site Web est efficace et facile à naviguer (c.-à-d. qu'il fonctionne, même s'il n'est pas « sexy »). Ils aiment qu'il émane clairement du gouvernement du Canada, ce qui leur permet de ne pas le confondre avec d'autres sites non officiels. Ces clients se montrent par ailleurs raisonnablement satisfaits de la base de données pour les marques de commerce, qu'ils jugent utile et informative, et leur donne l'impression d'avoir trouvé ce dont ils avaient besoin.

Un nombre réduit de clients non représentés font aussi part de leur désir d'avoir accès à un outil de recherche phonétique et à un site Web mieux intégré à celui des inscriptions en direct des entreprises du gouvernement du Canada.

Clients représentés

Les clients représentés se préparent au dépôt de leur demande de différentes façons : certains se rendent sur le site Web de l'OPIC, d'autres font des recherches sur Google (qui les amènent ou non sur le site de l'OPIC) et d'autres encore ne font rien par eux-mêmes et s'en remettent complètement à un agent.

Ce qui se rendent sur le site Web de l'OPIC disent de ce dernier qu'il est simple, clair, facile à naviguer et rempli d'informations pertinentes (même s'il contient énormément de texte). Ils apprécient le fait qu'il ne soit pas « tape-à-l'œil » et que l'on sache « à quoi s'attendre ». Notons qu'un participant qui envisageait de présenter lui-même sa demande à cette étape (mais qui a finalement eu recours à un agent) a mentionné, à ce moment, qu'il avait été découragé par les recommandations trouvées sur le site Web, qui encouragent l'embauche d'un tiers parti.

Les opinions relatives aux bases de données sont partagées. Certains participants font des recherches préliminaires, puis voient un agent pour confirmer ou améliorer les résultats de leurs recherches. D'un côté, cette façon de faire peut indiquer un manque de confiance dans leur capacité à interpréter les résultats auxquels ils parviennent. Une participante a avoué avoir consulté un agent parce qu'elle jugeait impossible que sa recherche n'ait entraîné aucun résultat. Certains clients représentés plus expérimentés ont recours à un logiciel tiers ou à des bases de données américaines ou européennes avant de faire des recherches dans les bases canadiennes, puisque les étrangères renferment davantage de données, y compris à propos des brevets internationaux. Un client possédant une vaste expérience en la matière a également fait remarquer qu'il jugeait que la base de données sur les marques de commerce portait davantage à confusion que celle sur les brevets. Les clients représentés d'origine américaine ont indiqué pour leur part préférer les bases des données de l' Office des brevets et des marques de commerce des États-Unis (USPTO), jugées plus faciles d'utilisation et fonctionnelles que celles de l'OPIC.

C. DÉPÔT D'UNE DEMANDE

Agents

La majorité des agents choisissent de présenter leurs demandes en ligne. Quelques-uns préfèrent soumettre des copies papier par la poste, par télécopieur et, dans au moins un cas, en personne. Les agents qui choisissent de fournir des copies papier sont nombreux à raconter avoir préalablement eu à faire face à des situations où l'OPIC avait perdu leurs documents; en conséquence, ils se sentent plus à l'aise d'avoir recours à une approche physique plutôt que numérique.

Les agents ont des avis partagés sur le service de dépôt d'une demande en ligne. Certains le décrivent comme étant simple, routinier et prêtant peu à la controverse. Parmi les commentaires positifs recueillis, on note les suivants :

- La vitesse à laquelle est obtenu un reçu de dépôt d'une demande (habituellement, dans un délai de 24 à 48 heures) et l'exactitude de ce reçu (en raison de la nature électronique ou automatisée de ce processus).

- Le fait que les erreurs repérées à l'étape du dépôt (soit avant l'examen) peuvent être corrigées relativement aisément.

Certains autres agents font toutefois part de leurs frustrations à l'endroit du service en ligne. Ils mentionnent entre autres :

- Un manque de cohérence entre les divers secteurs d'activité lors du processus de dépôt (le fait, par exemple, qu'un système permette le paiement immédiat lors du dépôt d'une demande, alors qu'un autre accuse réception du dépôt, mais ne permet pas le paiement; le fait que les formulaires exigent que l'on inscrive différents renseignements à différents endroits). Au moins un répondant a par ailleurs mentionné que ce manque d'uniformité l'avait amené à soumettre des demandes de diverses façons, en fonction du secteur d'activité concerné (p. ex., en ligne pour les marques de commerce, et sur papier pour les brevets).

- Le processus de dépôt d'une demande ne se fait pas sans efforts; il exige entre autres que l'on connaisse les particularités du système et les endroits où peuvent survenir des problèmes, de même que les moyens de contourner ces problèmes.

- Le fait de devoir passer par le centre d'appels général plutôt que d'avoir accès à un membre du personnel de soutien de l'OPIC chargé du suivi de son dossier si l'on rencontre un problème ou découvre une faille dans le processus de dépôt en ligne.

Clients non représentés

L'ensemble des clients non représentés ont choisi de soumettre leur demande en ligne. Cette méthode leur est apparue comme étant la meilleure, surtout en raison de son aspect pratique (par exemple, le fait qu'une demande puisse être soumise en pleine nuit, au besoin). Aucun répondant n'a exprimé le désir d'utiliser une autre méthode.

En général, ce groupe de répondants jugent qu'il est « facile d'entreprendre, mais difficile de terminer » le processus de dépôt d'une demande. La plupart d'entre eux ont rencontré un problème ou se sont retrouvés bloqués à un certain moment lorsqu'ils ont rempli leur formulaire de demande. La plupart de ces difficultés semblent reliées à « l'art » de soumettre une demande qui sera acceptée sans problèmes. Il ressort des discussions tenues avec ce groupe qu'une demande de PI a plus de valeur si elle est définie le plus largement possible, ce qui peut représenter un défi pour les clients non représentés.

Parmi les autres difficultés associées au dépôt d'une demande mentionnées par les membres de ce groupe, on note :

- La difficulté à bien comprendre les questions ou le vocabulaire du formulaire de demande : certains participants ont en effet mentionné qu'il leur apparaissait difficile de cerner le langage ou les mots devant être utilisés (c.-à-d. les termes devant être précisément respectés).

- Le fait que le formulaire de dépôt interactif permette une réponse incorrecte, chose qu'un client n'a apprise qu'après avoir reçu une lettre de l'OPIC, six mois plus tard. Les formulaires, de l'avis général, devraient pouvoir être remplis de façon intuitive et sans erreurs.

Lorsqu'ils ont rencontré des problèmes, les clients non représentés ont choisi d'appeler l'OPIC. La grande majorité d'entre eux ont constaté qu'une personne était disponible pour répondre à leur appel. Les membres de ce groupe ont rapporté avoir été ravis de constater que cette dernière était en mesure de les guider ou de répondre à leurs questions facilement et rapidement, de façon à ce qu'ils puissent, finalement, soumettre leur demande.

Clients représentés

Les clients représentés qui ont engagé un agent comme intermédiaire jugent que le processus de demande est simple et routinier, et qu'il ne crée pas de difficultés ou de problèmes particuliers. À cette étape, ils n'ont toujours pas communiqué directement avec l'OPIC.

Les clients représentés ayant initialement prévu soumettre leur demande eux-mêmes soulignent avoir d'abord rencontré des problèmes à l'étape du dépôt. Ils disent avoir aimé le processus de livre-service automatisé en ligne, qu'ils jugent bien présenté. En général, ils ont rencontré des difficultés liées aux fait de fournir les bonnes informations (p. ex., la description des produits et des services, ou les classifications ou codes appropriés pour le secteur d'activité principal) nécessaires à une soumission réussie.

C'est à cette étape que certains ont donc décidé de faire affaire avec un agent. Au moins un participant s'étant retrouvé dans cette situation affirme avoir décidé de travailler avec un agent après avoir été joint par une personne sollicitant des clients non représentés listés sur le site de l'OPIC.

D'autres personnes de ce groupe ont d'abord tenté de résoudre elles-mêmes leurs problèmes en appelant l'OPIC. Elles ont trouvé les employés de l'organisme aimables, courtois et professionnels, mais n'ont pas été en mesure, en fin de compte, de résoudre leurs difficultés sans l'aide d'un agent. Un répondant se souvient même qu'un membre du personnel de l'OPIC lui ait dit que l'organisme était là pour aider les clients, mais pas pour leur dire quoi mettre dans leur demande ou description.

D. EXAMEN

Agents

En plus de leurs préoccupations relatives aux bases de données, les agents s'inquiètent de la phase d'examen. Ils se montrent particulièrement critiques à l'égard de ce qu'ils perçoivent comme un manque de cohérence, due à des divergences entre différents examinateurs étudiant une même demande, à des positions changeantes d'une période à une autre ou à des différences quant à la façon dont les lois ou les décisions des tribunaux sont interprétées. À ce sujet, un agent a même affirmé que « ce qui était accepté il y a six mois ne l'est plus maintenant. Chaque fois que l'on présente une demande, ils trouvent quelque chose à changer. »

Parmi les autres éléments des rapports des examinateurs susceptibles d'être améliorés, les agents notent :

- La nécessité d'inclure plus de détails dans ces rapports, plus particulièrement des explications ou des arguments appuyant le rejet d'une demande (de façon semblable à ce qu'on retrouve dans les rapports de l'USPTO). Certains agents rappellent qu'ils ne souhaitent pas recevoir des

rapports abrégés par simple souci de concision; ils veulent plutôt obtenir le plus de détails possible.

- La possibilité de faire directement affaire avec les examinateurs pour des corrections ou des changements mineurs. Ils rappellent à ce sujet que les examinateurs de l'USPTO semblent plus ouverts à négocier au téléphone.

De façon plus positive, certains agents indiquent qu'ils apprécient le fait que les rapports des examinateurs ne soient pas « finaux » et qu'ils puissent faire l'objet de débats et de modifications.

Le processus d'examen est vu d'un meilleur œil lorsqu'il est question de dessins industriels plutôt que de marques de commerce. Les rares agents possédant une expérience spécifique dans les dessins industriels jugent généralement que le processus d'examen associé à ce secteur d'activité est simple et facile, et que les corrections mineures sont facilement apportées. Les agents de marques de commerce, en revanche, estiment que la qualité des rapports des examinateurs est en baisse.

Les agents font également part de commentaires positifs et d'éléments à améliorer en ce qui a trait aux *examinateurs eux-mêmes*. Dans l'ensemble, les agents estiment que les examinateurs sont professionnels, polis et courtois. Ils soupçonnent cependant que l'absence de cohérence qu'ils perçoivent dans le processus d'examen est due à un manque d'expérience et de formation chez les examinateurs et, potentiellement, à une absence de mentorat (en raison de la perte d'employés plus expérimentés à l'OPIC).

Une autre des préoccupations mentionnées par les agents est liée à leur difficulté à avoir accès aux examinateurs. Ces derniers, à leur avis, peuvent difficilement être joints par téléphone et mettent trop longtemps à rappeler. Il semble également que la connexion téléphonique soit parfois si mauvaise qu'elle nuise à la communication; à ce sujet, les agents supposent que les examinateurs travaillent désormais de la maison, sur leur téléphone cellulaire.

Les agents se montrent positifs en ce qui concerne le service d'examen accéléré des demandes de l'OPIC. Ils jugent qu'il s'agit là d'un outil utile, qui fait ce que l'on attend de lui (c.-à-d., accélérer le processus d'examen). Certains agents émettent des commentaires au sujet du coût de ce service, faisant remarquer qu'il peut être prohibitif pour les plus petits clients et que sa valeur ajoutée n'est pas toujours évidente (c.-à-d. que si l'OPIC est en mesure de procéder à l'examen d'une demande aussi rapidement, pourquoi ne le fait-il pas toujours, sans demander de frais supplémentaires?).

Clients non représentés

La principale préoccupation des clients non représentés à cette étape est la durée du processus entier, qui fait en sorte qu'ils ne connaissent jamais vraiment l'état de leur demande, ou ce qui s'en vient. Ils ont l'impression, à ce moment, de ne pas avoir en leur possession certaines informations clés pour la planification de leurs activités — par exemple, quand peuvent-ils commencer à fabriquer leur produit ou ouvrir leur entreprise, et quand peuvent-ils aller de l'avant avec des activités de marketing ou de relations publiques? Lors des séances de discussion, un participant a même mentionné qu'il s'agissait « de la phase où tu fais faillite ». Ces commentaires ont par ailleurs incité certains autres participants à suggérer que l'OPIC fournisse : (a) des mises à jour sur l'état de la demande (indiquant là où une personne en est dans sa demande) et (b) une « feuille de route » permettant de clarifier les étapes à franchir, et le temps nécessaire pour franchir chacune d'elles (de façon à faciliter la planification des activités).

Un peu comme à l'étape du dépôt de la demande, certains clients non représentés ont joint l'OPIC par téléphone au cours du processus d'examen. Ils décrivent les employés de l'OPIC à qui ils ont parlé comme étant compétents, courtois, excellents, utiles et accessibles. Certains clients se sont même fait dire quels renseignements, précisément, ils devaient fournir pour voir leur demande approuvée.

On observe qu'un petit nombre de ces clients connaissent le service d'examen accéléré de l'OPIC, mais n'ont pas vraiment idée des délais qui y sont liés. Aucun client non représenté n'en a fait l'expérience.

Clients représentés

Les clients représentés plus expérimentés (ayant présenté un plus grand nombre de demandes) voient d'un œil positif le processus d'examen, faisant remarquer qu'ils trouvent les examinateurs plus raisonnables, et les actions administratives plus cohérentes, que ce qu'ils observent avec l'USPTO. Au cours de la discussion, un participant a mentionné qu'il aimerait voir toutes les actions administratives être affichées sur le site Web de l'organisme, comme c'est le cas pour son pendant américain. Une autre personne a affirmé avoir apprécié son expérience du service d'examen accéléré — tellement, en fait, que son organisation organise maintenant sa stratégie de dépôt autour de ce service.

On observe par ailleurs que les clients représentés moins expérimentés (ayant présenté un moins grand nombre de demandes) n'ont aucun commentaire (positif ou négatif) à formuler au sujet du service fourni par l'OPIC à l'étape de l'examen.

E. ENREGISTREMENT OU OCTROI

Agents

De l'avis des agents, le processus d'obtention d'un enregistrement ou d'un octroi s'avère simple et fluide, en grande partie parce qu'il est automatisé et en ligne. Cette étape leur « demande peu ».

Le principal commentaire en faveur de l'amélioration souligné par les agents est lié à l'exactitude des données et, plus particulièrement, à la possibilité de vérifier et de corriger la description précédant l'annonce. Un exemple précis de cette situation a été donné au cours de la discussion, alors qu'un agent a raconté avoir indiqué à l'OPIC, à trois moments distincts au cours du processus d'examen, la présence d'une erreur. Cette dernière n'a pourtant pas été relevée dans le document définitif, et des corrections ne peuvent alors plus être faites à la suite de l'enregistrement. Il a été suggéré que des mesures correctives puissent être prises sans que les clients aient à présenter à nouveau une demande, depuis le début, ou décident de saisir la Cour fédérale.

Un autre répondant a ajouté qu'il serait bien de pouvoir imprimer une copie papier du document définitif (c.-à-d. le formulaire de déclaration) pour les clients.

Clients non représentés

Pour les clients non représentés, cette étape signifie le fait de recevoir un avis au sujet de l'enregistrement ou de l'octroi; aucune interaction directe avec l'OPIC n'y est associée. Parmi les aspects les plus susceptibles d'être améliorés à leurs yeux, notons les suivants :

- Le fait qu'ils souhaitent obtenir un document définitif plus officiel ou une lettre confirmant leur enregistrement ou leur octroi. Un participant a raconté avoir mis de côté son avis parce qu'il ne semblait pas suffisamment important.

- L'accès à un processus de paiement et de renouvellement automatisé : une fois leur enregistrement ou leur octroi reçu, les participants doivent tout de même se rendre sur le site Web de l'OPIC pour effectuer leur paiement. De la même façon, ils doivent surveiller la date limite de leur renouvellement pour s'assurer de payer à temps. Les clients souhaitent que l'OPIC fasse en sorte que ces services soient automatisés; un client s'est même dit d'accord pour payer un léger montant pour cela.

Clients représentés

À cette étape, les clients représentés reçoivent leur avis d'enregistrement ou d'octroi de leur avocat; ils n'ont pas d'interactions directes avec l'OPIC (y compris en ce qui concerne le paiement, qui est assuré par leur agent) et, en conséquence, n'ont pas de commentaires à formuler sur le sujet.

F. AUTRES SERVICES

Agents

Les agents se montrent, à l'unanimité, positifs en ce qui a trait aux services reçus de la part de la Commission des oppositions des marques de commerce et de la Commission d'appel des brevets. À ce niveau, les agents estiment faire affaire avec des examinateurs très expérimentés (les « pros »). Il convient cependant de noter que lors des discussions, un agent a fait part de ses préoccupations relativement à ce qu'il perçoit comme étant une baisse de la qualité (c.-à-d. des connaissances) des examinateurs siégeant à la Commission d'appel des brevets.

Clients non représentés et clients représentés

Les clients non représentés présents lors des séances de discussion en groupe n'avaient jamais fait affaire à la Commission des oppositions des marques de commerce ou à la Commission d'appel des brevets. Seul un client représenté avait déjà traité avec la Commission des oppositions des marques de commerce. Le processus s'était avéré, à ses yeux, ouvert (« rien n'était tenu secret »), mais intimidant — quelque chose qu'il valait mieux ne pas entreprendre seul.

G. PRINCIPALES CARACTÉRISTIQUES DES SERVICES

Ayant exploré les divers éléments du parcours d'un client, les participants étaient par la suite invités à examiner les principales caractéristiques à partir desquelles ils évaluent les services prodigués par l'OPIC. À partir d'une liste de critères leur ayant été fournie, ils devaient discuter de la façon dont ils interprètent chacun d'eux (c.-à-d. ce que signifient chacun d'eux), la priorité relative accordée à chacun et si, à leur avis, certains critères avaient été oubliés. Leurs commentaires ont servi à déterminer les variables relatives à la satisfaction de la clientèle par la suite incluses dans le sondage quantitatif.

Accessibilité du service	
Agents	Les agents ont tendance à établir une différence entre l'accessibilité aux services de l'OPIC en ligne par rapport à leur accessibilité par téléphone. Dans les deux cas cependant, ils sont à la recherche de services adaptés à leurs besoins. Pour ce qui est des services en ligne, ils expriment leur souhait d'un portail spécialement conçu pour les agents, renfermant les caractéristiques ou les liens qu'ils utilisent sur une base régulière. Ils reconnaissent que l'OPIC a fait une plus grande place, sur son site Web, à un contenu adapté aux clients non représentés, mais ne veulent pas avoir à faire des recherches dans ce contenu pour trouver ce dont ils ont besoin. Les agents ont « appris des trucs » pour se faciliter les choses lorsqu'ils se rendent sur le site de l'OPIC; s'ils ne l'ont pas ajouté à leurs signets, il peut s'avérer long et difficile de rechercher le contenu « professionnel ». En ce qui a trait aux interactions en personne, les agents préféreraient pouvoir profiter d'un accès direct à la personne responsable d'un service donné, plutôt que de devoir communiquer avec un service à la clientèle général (centre d'appels). On observe également qu'ils souhaiteraient bénéficier d'un accès direct aux examinateurs (pour discuter des problèmes surgissant dans le processus d'examen et voir à les résoudre) et aux membres du personnel de soutien (susceptibles de répondre à certaines questions précises auxquelles une réponse est nécessaire immédiatement).
Clients non représentés	Les clients non représentés expriment une forte préférence pour les interactions en ligne. Le site Web de l'OPIC est leur premier et leur principal point d'interaction. Ils se tournent vers le téléphone lorsqu'ils ont besoin d'aide et sont, en grande majorité, satisfaits du service reçu par cette voie de communication (c.-à-d. qu'ils sont en mesure de parler à quelqu'un lorsqu'ils appellent, et que cette personne peut répondre à leurs questions).
Clients représentés	Aux yeux des clients représentés moins expérimentés (ayant présenté moins de demandes) qui auraient aimé soumettre eux-mêmes chacune de leurs demandes, l'accessibilité au service représente un problème lorsqu'ils éprouvent des difficultés. Ils apprécient l'approche « libre-service », mais ne sont pas nécessairement d'avis que l'OPIC est là pour les soutenir au besoin. (« On a l'impression d'être laissés à nous-mêmes, un peu comme dans un magasin — bonjour, il y a quelqu'un? »)

Thèmes communs (à tous les types de clients) : Les clients expriment le souhait d'une plus grande accessibilité aux services en ligne, et ce, de deux façons principales :

(1) Améliorer l'accès électronique à leur dossier, compte et documents. Pour les agents, cela signifie être en mesure de consulter ou de télécharger *tous* les documents liés à leur demande, et non pas seulement certains d'entre eux; pouvoir télécharger une demande entière en tant que dossier unique plutôt que des dossiers multiples; et améliorer les onglets qui précisent la nature de certains documents précis (à titre d'exemple, les termes « modifications » ou « traitement » peuvent référer à plusieurs types de documents). Pour les clients, cela signifie surtout être en mesure de vérifier l'état de leur demande.

(2) Remplacer les télécopies ou les envois par la poste par les courriels. Parmi les exemples donnés, citons les suivants : éviter les situations où l'OPIC envoie par la poste un avis auquel il faut répondre dans un délai d'un mois alors que le message lui-même met une semaine à atteindre son destinataire, diminuant d'autant le temps laissé pour répondre; ou permettre aux agents et aux clients de soumettre leurs questions de clarification aux examinateurs par courriel plutôt que de toujours avoir à présenter une demande formelle.

L'information était claire et facile à comprendre	
Agents	La clarté de l'information n'est pas une source de préoccupation pour les agents, qui connaissent en profondeur le processus de PI.
Clients non représentés	Les clients non représentés et les clients représentés moins expérimentés ont, dans l'ensemble, l'impression de ne pas savoir exactement les renseignements qu'ils doivent fournir pour déposer une demande ou faire enregistrer leurs droits de PI sans erreurs ou problèmes (ils mentionnent, à titre d'exemples, le fait que les directives sur le formulaire de demande portent à confusion et ne sont pas suffisamment claires, ou des situations où des formulaires leur sont retournés sans que soient expliquées les corrections à y apporter).
Clients représentés	
Thèmes communs (à tous les types de clients) : Les agents et les clients désirent tous deux une plus grande transparence en ce qui a trait à l'étape où en est rendue une demande (c.-à-d. une mise à jour de l'état de la demande).	

Rapidité du service	
Agents	Les agents se penchent principalement sur deux éléments principaux de cette « rapidité ». Ils estiment tout d'abord que les examinateurs ne répondent pas toujours dans un délai raisonnable à leurs requêtes. À leur avis, cette situation s'explique peut-être par le fait que certains examinateurs puissent être intimidés par le niveau de connaissances des agents, ce qui contribue à retarder le moment où ils leur donnent une réponse. Un deuxième — et fort important — élément de cette caractéristique, étant donné son influence sur la planification des affaires, est le temps qu'exige le processus global pour générer le produit final (c.-à-d. l'octroi ou l'enregistrement). Les agents mentionnent le fait que leurs clients veulent obtenir une décision le plus rapidement possible, et sont parfois surpris de constater que le processus peut être long. Ainsi, au moins un agent rappelle que le délai nécessaire avant l'obtention d'un premier rapport des examinateurs de l'OPIC pour ce qui est des marques de commerce (8 ou 9 mois) se compare désavantageusement avec ce qu'il vit avec l'USPTO (dont les délais sont de 3 ou 4 mois). D'autres agents disent toutefois être prêts à attendre pour recevoir un bon produit. (« Cela ne me dérange pas d'attendre un peu plus longtemps si le travail est excellent. »)
Clients non représentés	Les clients non représentés ne savent pas exactement ce qui fait en sorte que le processus est si long, du début à la fin. Plus important encore, ils ignorent l'effet de ces délais sur leur plan d'affaires. Ils estiment que cette situation pourrait être apaisée si on disait aux clients là où ils en sont (mise à jour de leur demande) et ce à quoi ils peuvent s'attendre par la suite (feuille de route du processus, avec les délais prévus).
Clients représentés	La rapidité du processus est un enjeu moins souvent soulevé par les clients représentés, bien que certains d'entre eux s'interrogent sur sa durée dans son ensemble.
Thèmes communs (à tous les types de clients) : On observe que la rapidité du service est liée à sa précision. Si l'OPIC, un agent ou un client fait une erreur à une étape ou à une autre, il prolonge la durée totale du processus. Certains agents ou clients représentés choisissent même parfois de déposer d'abord une demande auprès de l'USPTO, ce qui a pour effet d'accélérer le processus d'examen de l'OPIC.	

Interactions avec les employés	
Agents	Les agents font une distinction entre le professionnalisme ou la courtoisie du personnel et les connaissances de ce dernier lorsqu'ils discutent de leurs interactions avec l'OPIC. De l'avis général, les employés de l'OPIC sont courtois, respectueux et polis. Toutefois, certains agents se montrent préoccupés par le niveau de connaissances et la formation des examinateurs. Certains ajoutent que les membres du personnel de soutien (autres que les examinateurs) ne connaissent pas très bien le domaine de la PI et saisissent mal l'importance de leur rôle dans le processus. Les agents souhaiteraient qu'ils comprennent mieux la façon dont ils font partie du processus dans son ensemble, les raisons pour lesquelles le produit final est aussi important et les conséquences des erreurs et des retards sur la réputation du pays. Des agents soulignent également que le manque de connaissances de certains employés de l'OPIC nuit à la rapidité du processus, alors qu'il devient impossible d'obtenir des réponses à certaines questions, qui doivent être transmises à d'autres. On remarque que certains agents ont l'impression que les examinateurs et les membres du personnel de soutien vont « se fendre en quatre » pour aider les clients non représentés, mais ne se sentent pas obligés de faire de même pour les agents. (« Si vous ne le savez pas, je ne vais pas vous aider. »)
Clients non représentés	Les clients non représentés sont d'avis que les employés de l'OPIC sont très serviables et « se fendent en quatre » pour les aider, allant même jusqu'à leur suggérer le vocabulaire à utiliser pour présenter avec succès leur demande.
Clients représentés	Les clients représentés n'ont souvent que très peu d'interactions directes avec les employés de l'OPIC, et ne sont donc pas en mesure de donner leur avis sur le niveau de service de l'organisme.

Uniformité du service	
Agents	Les commentaires des agents sur l'uniformité du service se divisent en deux grandes catégories : 1. Les agents ont souvent l'impression de faire affaire avec trois OPIC différents, chacun des secteurs d'activité étant associé à un processus légèrement différent (p. ex., l'endroit où se trouvent différents éléments sur le formulaire de demande en ligne, les informations devant être fournies ou le processus de paiement). 2. Les agents sont particulièrement sensibles aux incohérences dans le processus d'examen. Comme décrit dans la section C, ils affirment avoir remarqué des différences de service notables entre les examinateurs en ce qui a trait aux délais, des positions changeantes d'une période à une autre et une interprétation fluctuante des lois ou des règlements. Souvent, ces différences sont associées à ce qu'ils perçoivent comme étant un manque de formation ou d'expérience chez les examinateurs.
Clients non représentés	On observe que les clients non représentés ayant participé aux séances de discussion n'ont généralement pas présenté suffisamment de demandes de PI pour être en mesure d'analyser l'uniformité du service de l'organisme.
Clients représentés	Un client représenté ayant une grande expérience en la matière s'est montré d'avis que les actions administratives de l'OPIC s'avèrent plus cohérentes que celles de l'organisme américain. Sinon, la plupart des clients représentés se sont montrés incapables de faire part de leurs commentaires à ce sujet.

Exactitude	
Agents	Les erreurs commises par l'OPIC sont bien connues des agents. Certains exemples de ce problème incluent les coquilles, la perte de documents et les envois postaux introuvables. Les agents rappellent qu'ils doivent pouvoir se fier à l'exactitude des produits de l'OPIC, et soulèvent le fait que ce manque de précision peut nuire à la réputation du Canada à l'étranger.
Clients non représentés	Les erreurs commises par l'OPIC sont probablement moins évidentes aux yeux des clients non représentés (puisque ceux-ci utilisent moins souvent les services de l'organisme) et des clients représentés (puisque les erreurs sont traitées par leurs agents). Elles peuvent néanmoins avoir d'importantes conséquences. Ainsi, une cliente non représentée a vu son avis arriver à échéance parce qu'il avait été envoyé à la mauvaise adresse et qu'elle ne l'a donc jamais reçu.
Clients représentés	
Thèmes communs (à tous les types de clients) : Les agents et les clients estiment qu'il est difficile et coûteux en temps d'amener l'OPIC à corriger ses erreurs, même celles qui sont relativement simples à corriger.	

Les participants jugent que le principal absent parmi les critères leur ayant été présentés est celui du rapport qualité-prix, surtout en ce qui concerne le service d'examen accéléré. Ils n'ont ciblé aucun autre critère sur lequel ils pourraient évaluer le service à la clientèle de l'OPIC.

H. BESOINS ET LACUNES EN MATIÈRE D'INFORMATION

Agents

Les agents reconnaissent qu'une information générale pertinente sur la PI est disponible sur le site Web de l'OPIC; ils considèrent cette information utile dans l'ensemble, bien que non essentielle dans leur cas. Ils apprécient que l'OPIC tente de promouvoir l'importance de la PI auprès du grand public, et les efforts supplémentaires dans ce sens sont généralement vus d'un œil positif. Ils ne ciblent aucun élément particulier susceptible de les aider à mieux servir leurs clients ou à informer ces derniers au sujet du processus de PI.

Clients non représentés

Les clients non représentés ciblent trois types de besoins en matière d'information :

- L'information susceptible de les aider à se retrouver dans les dédales du processus — à quoi ressemble une demande typique? Que font d'autres personnes dans leur secteur d'activité?
- Le développement de leur expertise en matière de PI — de quelle façon une marque de commerce ou un brevet protègent-ils (ou pas) leur propriétaire? Qu'est-ce que suppose le fait d'étendre ses droits en matière de PI à l'échelle internationale?
- Les clients non représentés affirment être souvent la cible d'exercices de sollicitation et de tentatives d'escroquerie lorsque leurs données sont publiées sur le site de l'OPIC. Ils souhaiteraient être prévenus de cette possibilité, de même que recevoir des conseils ou des astuces leur permettant de s'y préparer.

Clients représentés

Les membres de ce groupe, particulièrement les clients représentés moins expérimentés, suggèrent qu'on les informe de l'information (disponible sur le site Web de l'OPIC) susceptible de leur permettre de mener eux-mêmes à bon terme le processus de PI.

I. COMPARAISON AVEC D'AUTRES OPI

Agents

Pour les agents, le site Web de l'OPIC s'avère le principal point de départ pour établir des comparaisons avec les OPI d'autres pays. Ceux-ci considèrent généralement que le site de l'OPIC est convivial et qu'il contient des informations pertinentes. Il est par contre perçu comme étant moins fonctionnel que ceux des États-Unis ou de l'Europe; de l'avis des agents, il est plus difficile de l'utiliser et d'y naviguer, ou encore d'y faire des recherches.

Clients non représentés

Très peu de clients non représentés ont fait des comparaisons entre l'OPIC et d'autres OPI. On note cependant qu'il y a eu des commentaires uniques qui ont été formulé au sujet de la possibilité pour l'OPIC de permettre les recherches phonétiques, un peu comme le fait le Mexique. Un autre participant a mentionné l'apparence plus « officielle » du site de l'OPIC par rapport à celui de l'Allemagne. Enfin, un autre a souligné la possibilité d'établir plus de liens entre les pays. (« Pourquoi des demandes de PI doivent-elles être présentées séparément pour chacun des pays membres de l'ALENA? »)

Clients représentés

Chez les clients représentés expérimentés, les avis sont partagés sur la position de l'OPIC par rapport à celle de l'USPTO. L'OPIC se distingue positivement lorsqu'il est question du caractère plus raisonnable et cohérent du travail de ses examinateurs. Certains participants affirment que lorsque des demandes sont soumises simultanément dans les deux pays, l'USPTO s'avère plus rapide. D'autres disent avoir tendance à présenter leur demande aux États-Unis d'abord, ce qui a pour effet d'accélérer le processus canadien. Les clients représentés d'origine américaine affirment que le travail de l'OPIC s'est avéré plus rapide que ce qu'ils avaient prévu.

IV. CONCLUSIONS

L'OPIC offre des services complexes et rigoureux en matière de propriété intellectuelle à certains des clients les mieux informés au Canada dans leurs secteurs d'activité respectifs. Ces clients incluent des avocats (agents et conseillers juridiques internes) et des entreprises qui reconnaissent la valeur des droits de PI pour la conduite de leurs affaires. Cette clientèle spécialisée ne se montre que modérément satisfaite des services de l'OPIC, en général et en ce qui a trait à certains éléments précis des services offerts, ce qui suppose que de grandes améliorations peuvent toujours être apportées par l'organisme. Les résultats des recherches qualitative et quantitative se rejoignent généralement pour souligner les aspects du service à la clientèle qui devraient être examinés de près, étant les plus susceptibles de mener à un accroissement du niveau de satisfaction globale.

L'une des possibilités les plus sérieuses d'amélioration de la prestation des services se centre sur la conception et l'adaptation de processus de dépôt et d'examen tenant compte des besoins des utilisateurs. Les clients de l'OPIC ont une expérience dans le domaine qui varie considérablement, mais ils peuvent, en définitive, être classés dans l'un des deux groupes principaux : les experts (les agents, les clients représentés expérimentés et les clients non représentés expérimentés) et les non-initiés (les clients représentés et les clients non représentés dont l'expérience en matière de PI est limitée). Les experts, en tant que clients présentant de multiples demandes, sont à la recherche d'un service hautement efficace et adapté à leurs besoins. Les non-initiés, pour leur part, souhaitent également une approche automatisée et en libre-service; leur manque d'expérience signifie toutefois qu'ils nécessitent un plus grand soutien de la part de l'OPIC pour parvenir à protéger leur PI. Voilà probablement pourquoi, chez ces clients représentés et non représentés, la perception des efforts supplémentaires déployés par le personnel de l'OPIC pour répondre aux besoins constitue un facteur clé du niveau de satisfaction globale.

L'autre élément présentant les plus grandes possibilités d'amélioration s'avère la rapidité du service. Des efforts mis de l'avant pour réduire les délais entre le dépôt d'une demande, les premières actions administratives et l'enregistrement ou l'octroi de droits de PI seraient susceptibles d'être bien reçus par tous les types de clients, surtout parce qu'ils viendraient faciliter la planification des activités dans un contexte commercial des plus concurrentiels. Enfin, le fait d'améliorer la perception qu'ont les agents de la cohérence des décisions rendues par des examinateurs distincts contribuerait fort probablement à accroître, dans l'ensemble, la satisfaction à l'égard du service à la clientèle de l'OPIC.

Cette recherche a été menée dans le cadre d'un programme exhaustif et continu de mesure de la satisfaction de la clientèle. Bien des choses ont changé depuis le sondage sur la satisfaction de la clientèle de l'OPIC, mené en 2008; mentionnons simplement la conception de l'échantillon (qui n'inclut plus les clients présentant une demande de droit d'auteur), la méthodologie (sondage mené en ligne plutôt que par téléphone), les éléments des questions et leur formulation, de même que le contexte en situation réelle (p. ex., les attentes des clients en matière de services en ligne). Pour toutes ces raisons, ce rapport ne cherche pas à établir de comparaisons historiques, mais se concentre plutôt sur les données actuelles, qui serviront de base de référence solide pour établir un suivi des changements observés au fil du temps en réponse aux gestes posés par l'OPIC dans l'avenir.

ANNEXE A — MÉTHODOLOGIE

1. Recherche qualitative

La phase qualitative de ce projet de recherche a été conçue pour mieux comprendre les expériences, les attentes et les priorités des clients; les informations ainsi recueillies ont été utilisées dans l'élaboration du questionnaire quantitatif.

Le public cible était composé de clients ayant obtenu l'octroi d'un brevet, ou l'enregistrement d'une marque de commerce ou d'un dessin industriel au cours des 12 derniers mois. Des séances de discussion en groupe ont été menées auprès de trois types de clients :

- **Agents** : Professionnels qui déposent les demandes de PI au nom de leurs clients ou des entreprises qui emploient ces derniers (conseillers internes);
- **Clients non représentés** : Clients ayant mené à bien le processus menant au dépôt d'une demande de PI sans l'aide d'un agent;
- **Clients représentés** : Clients ayant eu recours à l'aide d'un agent pour mener à bien le processus menant au dépôt d'une demande de PI. Ce groupe a été inclus afin d'en apprendre davantage sur l'étendue des interactions qu'ont ces personnes avec l'OPIC, et pour déterminer si elles constituent une population cible à couvrir dans l'étude quantitative (p. ex., les questions sont-elles pertinentes pour ces personnes et ces dernières pourront-elles y répondre?).

Une série de neuf séances de discussion en groupe a été tenue au Canada du 6 décembre 2017 au 16 janvier 2018. Sept de ces séances ont été menées en personne, alors que deux l'ont été par conférence téléphonique. Chaque séance a duré 90 à 120 minutes.

Composition des groupes

Le tableau suivant présente la composition des groupes; ils ont été conçus pour :

- inclure trois types de clients;
- comprendre des clients ayant de l'expérience relativement à chacun des secteurs d'activité de l'OPIC (brevets, marques de commerce et dessins industriels), lorsque le nombre de clients le permettait;
- permettre une répartition géographique au Canada (Toronto, Ottawa, Montréal, Vancouver), en plus d'inclure des clients représentés aux É.-U.

Date	Groupe de clients	Secteur d'activité	Ville
Groupes de discussion en personne			
6 déc. 2017, 17 h 30	Clients non représentés	Marques de commerce, principalement	Toronto
6 déc. 2017, 20 h	Clients représentés	Marques de commerce	Toronto
11 déc. 2017, 17 h 30	Agents	Marques de commerce	Vancouver
11 déc. 2017, 20 h	Clients représentés	Brevets/dessins industriels	Vancouver
12 déc. 2017, 17 h 30	Agents	Brevets/dessins industriels	Ottawa
13 déc. 2017, 17 h 30	Agents	Brevets	Montréal (français)
13 déc. 2017, 20 h	Clients non représentés	Marques de commerce, principalement	Montréal (français)
Groupes de discussion par conférence téléphonique			
14 déc. 2017, 16 h HNE	Clients représentés (É.-U.)	Brevets	Partout aux É.-U.
12 janv. 2018, 17 h HNE	Clients représentés (Can.)	Secteurs divers	Partout au Canada

Au total, 62 participants ont été recrutés et 52 ont pris part aux séances. Le recrutement pour les groupes de discussion composés de clients représentés tenus à Vancouver et à Toronto, ainsi que celui tenu par conférence téléphonique aux États-Unis, s'est avéré difficile, et la participation à ces séances a été faible. Par conséquent, une séance de discussion supplémentaire a été menée au Canada par téléphone auprès de clients représentés.

Recrutement

Environics a développé le questionnaire de recrutement et l'a finalisé en collaboration avec des représentants de l'OPIC et d'ISDE. Les participants ont été recrutés à partir de listes de clients fournies par l'OPIC, en fonction des critères d'admissibilité décrits dans le questionnaire de recrutement, et ont été sélectionnés de façon à assurer un mélange de genres. Ils ont de plus été choisis en raison de leur aisance à exprimer librement leur opinion devant d'autres personnes.

Les agents ont également été sélectionnés de façon à ce que les groupes comprennent des participants possédant une variété d'années d'expérience dans le domaine de la PI, ainsi qu'un mélange d'agents indépendants et d'agents travaillant au sein d'une firme. Les clients non représentés et les clients représentés ont été recrutés de façon sélective pour inclure un mélange de personnes dont la PI est associée à une entreprise ou à une personne, de même qu'une variété de tailles d'entreprises (petite/moyenne/grande), de secteurs d'activité et de nombres de produits de PI.

Les participants canadiens se sont vu offrir une somme de 180 $ CA pour les inciter à prendre part à la discussion et les remercier de leur présence; aux États-Unis, cette somme a été fixée à 200 $ US.

Animation

Toutes les séances ont été enregistrées sur bandes audio et vidéo pour pouvoir être utilisées par l'équipe de recherche lors de l'analyse subséquente; les participants ont été appelés à consentir à un tel enregistrement durant le processus de recrutement et au moment de se présenter à la séance.

Derek Leebosh, vice-président d'Environics, et Rick Nadeau ont animé les séances. L'intégralité de la phase qualitative a été menée conformément aux normes professionnelles établies par l'Association de la recherche et de l'intelligence marketing (ARIM) et à la Loi sur la protection des renseignements personnels et les documents électroniques (LPRPDE).

Limites

La recherche qualitative jette un regard sur la diversité des opinions présentes au sein d'une population, plutôt que sur la pondération de ces opinions, ce que mesurerait une étude quantitative. Les résultats d'une recherche de ce type doivent être considérés comme des indications, mais ils ne peuvent pas être extrapolés à l'ensemble de la population.

2. Recherche quantitative

Dans le cadre de la phase quantitative de ce projet de recherche, un sondage en ligne a été mené du 21 février au 22 avril 2018 auprès de 1 136 clients de l'OPIC. La marge d'erreur pour un échantillon total de 1 136 personnes est de plus ou moins 2,9 points de pourcentage, avec un coefficient de confiance de 95 % (la marge d'erreur est plus élevée au sein des sous-groupes). Les données ont été présentées pour les bases d'au moins n=30 (la marque d'erreur pour un échantillon composé de 30 personnes est de plus ou moins 17,8 points de pourcentage, avec un coefficient de confiance de 95 %).

Contexte et objectif

La stratégie de gestion des services élaborée par Innovation, Sciences et Développement économique Canada (ISDE) met de l'avant des propositions précises pour les années 1 et 2, dont un plan visant à établir des mesures de référence permettant une évaluation horizontale de la satisfaction de la clientèle, et ce, pour tous les secteurs du ministère. Plus précisément, cette stratégie stipule que le ministère est tenu « d'établir des mesures de référence en matière de satisfaction de la clientèle et d'élaborer une proposition permettant une mesure horizontale de la satisfaction de la clientèle ».

Le sondage de l'OPIC sur la satisfaction de la clientèle se veut un outil de mesure normalisé de la satisfaction de la clientèle, d'abord utilisé comme mesure de référence en 2017 et 2018, puis potentiellement mis à jour tous les trois ans afin d'évaluer les tendances et les progrès observés au fil du temps.

Population cible

L'OPIC a fourni des listes d'agents, de clients représentés et de clients non représentés créées à partir des critères suivants :

Phase ou résultat d'une demande	Secteur d'activité	Source et critère de sélection
Demande octroyée ou enregistrée — Clients représentés et clients non représentés	Marques de commerce Dessins industriels Brevets	Demande octroyée ou enregistrée entre le 1er juin 2016 et le 30 novembre 2017 (période de 18 mois)
Demande refusée, abandonnée ou retirée — Clients représentés et clients non représentés	Marques de commerce Dessins industriels Brevets	Demande refusée, abandonnée ou retirée entre le 1er juin 2016 et le 30 novembre 2017 (période de 18 mois)
Demande déposée et suivant son cours — Clients représentés et clients non représentés	Marques de commerce Dessins industriels Brevets	Demande rendue publique entre le 1er juin 2016 et le 30 novembre 2017, et toujours active
Agents	Agents de marques de commerce et agents de brevets, comme ils apparaissent sur les listes fournies	Tous les agents actuellement inscrits comme actifs auprès de l'OPIC

Environics a compilé les listes, retiré les doublons et filtré les entrées pour ne retenir que celles contenant une adresse courriel. Le tableau suivant présente la distribution des entrées uniques contenant des adresses courriel admissibles pour le sondage :

	Brevets	DI	MC	Total
Agents	36 %	0 %	64 %	**16 %**
Clients non représentés	5 %	1 %	94 %	**73 %**
Clients représentés	22 %	2 %	76 %	**11 %**
Total	**12 %**	**1 %**	**88 %**	**100 %**

De plus, des suivis téléphoniques ont été réalisés par Environics auprès des agents, des clients représentés et des clients non représentés pour qui les listes ne contenaient pas d'adresse courriel. Cela a permis de recueillir 85 adresses courriel supplémentaires d'agents et 383 adresses de clients représentés et de clients non représentés.

Le sondage s'adressait aux clients ayant interagi avec l'OPIC au cours des 18 derniers mois. La façon dont il était programmé permettait de sélectionner, lorsque des clients indiquaient avoir mené des activités dans plus d'un secteur au cours des 18 derniers mois, un seul de ces secteurs à propos duquel ils devaient répondre, en priorisant ceux dont les échantillons étaient les plus faibles (dessins industriels et brevets), afin de leur assurer une représentation adéquate parmi les données.

La distribution définitive des entrevues réalisées, selon le type de clients et le secteur d'activité, est la suivante :

	Brevets	DI	MC	Total	Marge d'erreur*	% (réel)**
Agents	113	84	236	**433**	± 4,7	38 %
Clients non représentés	88	20	476	**584**	± 4,0	51 %
Clients représentés	20	3	23	**46**	± 14,4	10 %
Clients divers***	21	6	46	**73**	± 11,5	–
Total	**242**	**113**	**781**	**1 136**	± 2,9	100 %
Marge d'erreur*	± 6,3	± 9,2	± 3,5			

* Les marges d'erreur d'échantillonnage indiquées le sont avec un coefficient de confiance de 95 %.

** Représente le pourcentage réel des courriels se trouvant dans la base de données fournie par l'OPIC.

*** Les clients divers sont les personnes ayant indiqué qu'elles ont parfois fait appel à un agent et parfois elles-mêmes échangé avec l'OPIC au cours des 18 derniers mois.

Les données définitives étaient également pondérées de façon à correspondre au pourcentage d'agents, de clients non représentés et de clients représentés dont les adresses courriel figuraient dans le fichier type original.

Conception du questionnaire

Le questionnaire a été créé par Environics pour répondre aux objectifs de la recherche, en s'appuyant sur les résultats issus des séances de discussion en groupe pour déterminer les aspects des services à examiner. Des commentaires ont été recueillis auprès de l'équipe de la haute direction de l'OPIC, ainsi qu'auprès du comité directeur de l'étude, avant de finaliser l'outil. Une fois approuvé par l'OPIC, le questionnaire a été traduit en français par Environics.

Collecte de données

Environics a programmé les versions anglaise et française du questionnaire dans sa plateforme de sondage en ligne. La programmation a été vérifiée par le personnel d'Environics et de l'OPIC. Le prélancement initial a eu lieu le 21 février. Aucun changement n'a dû être apporté au questionnaire suivant le prélancement.

Le lancement officiel a eu lieu le 26 février, et le travail sur le terrain s'est terminé le 22 avril. Une prolongation de la période de travail sur le terrain, ainsi que six courriels de rappel (2, 9, 16 et 23 mars, et 6 et 13 avril) ont été nécessaires pour générer le nombre d'entrevues projeté. Chacun des six rappels a engendré une augmentation considérable des réponses (100 sondages et plus ont été terminés au cours de la fin de semaine subséquente), un résultat pour le moins inhabituel (typiquement, chaque rappel entraîne des résultats décroissants). L'OPIC a également soutenu les efforts de recrutement par l'entremise de publications sur son site Web et son compte Twitter, et d'un publipostage électronique les 5 et 6 avril.

L'ensemble du travail de recherche a été effectué en conformité avec les normes professionnelles établies par l'ARIM, de même qu'avec les lois fédérales applicables (*LPRPDE*) et les politiques, les directives et les normes en matière de vie privée de la Loi sur la protection des renseignements personnels, du Secrétariat du Conseil du Trésor du Canada et de Services publics et Approvisionnement Canada (SPAC). Le sondage a été inscrit auprès du système national d'enregistrement des sondages, conformément à la politique régissant tous les sondages menés par Environics, et le projet de recherche a satisfait toutes les normes du gouvernement fédéral et de l'industrie.

Taux de réponse

L'invitation initiale au sondage a été diffusée à 12 788 contacts; 1 136 réponses ont été reçues, ce qui correspond à un taux de réponse global de 11 %. Le taux de réponse est présenté en détail ci-dessous.

Répartition des courriels	**Total (N)**
Nombre total de personnes invitées à participer	**12 788**
Envois invalides (messages non délivrés)	946
Messages délivrés	**11 842**
NON RÉSOLUS (U)	**10 081**
Messages demeurés sans réponse	10 081
ADMISSIBLES SANS RÉPONSE (IS)	**510**
Répondants admissibles, mais qui ont abandonné	510
ADMISSIBLES AVEC RÉPONSE (R)	**1 251**
Répondants non admissibles	115
Quotas atteints	0
Sondages achevés	1 136
TAUX DE CONTACT [(R + IS) / (U + IS + R)] — %	**15 %**
TAUX DE RÉPONSE [R / (U + IS + R)] — %	**11 %**

Profil de l'échantillon pondéré

Le tableau suivant présente un profil de l'échantillon pondéré pour les agents, ainsi que les clients représentés et les clients non représentés, en fonction de caractéristiques clés.

Catégories du profil	**Agents (n=433)**	**Clients représentés et clients non représentés (n=703)**
Expérience, par secteur d'activité, au cours des 18 derniers mois		
Marques de commerce	78 %	87 %
Brevets	41 %	19 %
Dessins industriels	26 %	5 %
Région		
Provinces de l'Atlantique	2 %	4 %
Québec	21 %	22 %
Ontario	48 %	40 %
Ouest	29 %	34 %
Genre		
Homme	50 %	63 %
Femme	37 %	30 %
Je préfère ne pas répondre	12 %	7 %
Années d'expérience dans le domaine de la PI (agents)		
5 ans ou moins	11 %	S. O.
De 6 à 10 ans	17 %	
De 11 à 15 ans	18 %	
De 16 à 20 ans	22 %	
21 ans et plus	32 %	
Provenance des clients (agents)		
Clients canadiens nécessitant des services de PI (seulement)	22 %	S. O.
Clients internationaux nécessitant des services de PI (NET)	72 %	
É.-U.	60 %	
Europe	57 %	
Asie	45 %	
Autre	15 %	
Je préfère ne pas répondre	6 %	
PI associée à... (clients représentés et clients non représentés)		
Votre entreprise	S. O.	61 %
Vous, personnellement		23 %
Vous, personnellement, en partie et à votre entreprise en partie		16 %
Nombre de demandes de PI en traitement au cours des 18 derniers mois (clients représentés et clients non représentés)		
Une	S. O.	58 %
Deux		19 %
Trois ou plus		15 %
Incertain(e)		8 %

ANNEXE B — QUESTIONNAIRES DE RECRUTEMENT - GROUPES DE DISCUSSION

RECRUTEMENT DU GROUPE DE DISCUSSION - AGENTS

21 novembre 2017

Environics Research
Recherche sur la satisfaction des clients — AGENTS
OPIC

Recrutement du groupe de discussion

Nom du sondé : _____

d'affaires : _____

du groupe : _____

Recruteur : _____

GROUPE 1	**GROUPE 2**	**GROUPE 3**
Ottawa	Montréal (français)	Vancouver
12 décembre 17 h 30 à 19 h 30 Agents de brevet	13 décembre 17 h 30 à 19 h 30 Agents de brevet/DI	11 décembre 17 h 30 à 19 h 30 Agents de marque de commerce

Recruter 8 participants par groupe pour présence minimum de 6 à 8.
N. B. Tous les participants doivent être des agents de propriété intellectuelle avec expérience dans l'enregistrement des brevets, des marques de commerce ou des designs industriels.

Obtenir un mélange de tailles d'entreprise — petite (1 à 10 employés), moyenne (11 à 25 employés) et grande (plus de 25 employés). SVP recruter un seul agent par entreprise. Idéalement, inclure aussi au moins une femme par groupe.

Bonjour, je suis _____ d'Environics Research. Nous sommes une maison professionnelle de recherche d'opinion publique qui recueille des opinions du public. Nous animons une série de groupes de discussion pour le compte d'Office de la propriété intellectuelle du Canada, un organisme de service spécial du gouvernement du Canada, chez les agents de brevets, de marques de commerce et de designs industriels qui protègent les droits de propriété intellectuelle pour leurs clients.

A. Appartenez-vous personnellement à cette catégorie?

Oui, je suis responsable de la protection de propriété intellectuelle de clients — 1 — **CONTINUER**

Non — 2 — **DEMANDER** « Si votre entreprise traite de propriété intellectuelle, pouvez-vous m'indiquer quelqu'un d'autre qui fait ce type de travail? »

Oui [Noter les coordonnées / parler à la personne, reprendre du début] — 1 — **CONTINUER**

Non — 2 — **MERCI ET TERMINER**

1. Puis-je vous poser quelques questions pour voir si vous vous qualifiez pour ce projet de recherche?

Oui — 1 — **CONTINUER**

Non — 2 — **MERCI ET TERMINER**

RECRUTEMENT DU GROUPE DE DISCUSSION - AGENTS

Au participant souhaité :

J'aimerais vous inviter à participer à une discussion sur les services offerts par l'Office de la propriété intellectuelle du Canada, connu sous le nom d'OPIC. Ce sera une séance en personne au centre-ville _____ (LIEU)

Votre participation à la recherche est entièrement volontaire et votre décision d'y participer ou non n'affectera aucune des transactions que vous pouvez avoir avec l'OPIC ou tout autre organisme du gouvernement du Canada. La séance durera environ deux heures et vous recevrez un cachet comptant de 180 $ pour votre participation. On ne vous posera pas de questions sur vos conversations privées avec vos clients.

N. B. : À la demande de recrues potentielles — citer ce qui suit :

SI ON DEMANDE —Confidentialité — Le groupe de discussion est confidentiel et anonyme. Vos commentaires seront protégés en conformité des dispositions de la Loi sur la protection des renseignements personnels.
[RÉPÉTER L'INTRODUCTION AU BESOIN AVEC UN SONDÉ POTENTIEL]

2. **D'abord, est-ce que vous ou un membre de votre foyer ou de votre famille immédiate travaillez pour une compagnie de recherche de marché ou un média (presse, radio, télé)?**

   SI OUI, MERCI ET TERMINER L'APPEL
   SI NON, CONTINUER

   SI REFUS, MERCI ET TERMINER L'APPEL

3. **Avez-vous enregistré au moins l'un ou l'une de ce qui suit au Canada pour le compte d'un client ces 12 derniers mois? xxx**

   Brevet

   Marque de commerce — **S'ASSURER DE REMPLIR LES EXIGENCES DU GROUPE**

   Design industriel

   Aucun ces 12 derniers mois — TERMINER

4. **Quel est votre principal secteur d'activité?**

   Brevet

   Marque de commerce

   Design industriel

5. **Travaillez-vous en tant qu'agent indépendant ou faites-vous partie d'une compagnie?**

   Agent indépendant

   Partie d'une compagnie — **OBTENIR MÉLANGE**

RECRUTEMENT DU GROUPE DE DISCUSSION - AGENTS

6. NOTER LE SEXE

Homme

Femme — **ESSAYER D'OBTENIR AU MOINS QUELQUE REPRÉSENTATION FÉMININE**

7. Depuis quand travaillez-vous comme agent de propriété intellectuelle pour des clients?

Jusqu'à cinq ans

Cinq ans ou plus — **OBTENIR MÉLANGE SI POSSIBLE**

8. Les participants aux groupes de discussion sont priés d'exprimer leurs opinions; êtes-vous à l'aise pour exprimer vos opinions en public? Êtes-vous....

01 — Très à l'aise — **MIN 50 % DE TRÈS À L'AISE ET À L'AISE PAR GROUPE**

02 — À l'aise

03 — Assez à l'aise

04 — Pas très à l'aise — **MERCI ET TERMINER**

05 — Très mal à l'aise — **MERCI ET TERMINER**

TOUS

NOTE : VEUILLEZ DIRE À TOUS LES SONDÉS QU'ILS RECEVRONT UN APPEL DE CONFIRMATION LA VEILLE DE LA SÉANCE. SI POUR UNE RAISON OU L'AUTRE, ILS N'ONT PAS DE NOUVELLES DE NOUS, ILS DEVRAIENT COMMUNIQUER AVEC NOUS AU _____. SI LEUR NOM N'APPARAÎT PAS SUR LE FORMULAIRE DE PRÉSENCE, ILS NE SERONT PAS ADMIS DANS LE GROUPE.

La discussion de groupe durera environ une heure et demie et nous offrons à chaque participant un cachet comptant de 180,00 $ comme gage de notre appréciation. Je devrais aussi vous dire que les groupes seront enregistrés pour des fins de recherche et que des membres de l'équipe de recherche observeront la discussion d'une pièce attenante. Tout ce que vous direz restera confidentiel.

[] COCHER POUR INDIQUER QUE VOUS AVEZ LU LA DÉCLARATION AU SONDÉ.

Si vous avez besoin de lunettes de lecture, n'oubliez pas de les apporter puisqu'il est possible que vous ayez à lire durant la séance. Vous serez prié d'éteindre tout appareil électronique au cours de la discussion.

RECRUTEUR — TERMINER SI LE PARTICIPANT SEMBLE MAL À L'AISE AVEC L'OBLIGATION DE LIRE

RECRUTEUR – Dites au participant qu'il s'agit d'un petit groupe et que quiconque ne se présente pas ou annule à la dernière minute compromettra le projet. Assurez-vous qu'il sache que nous tenons à ses opinions et que nous voulons sérieusement savoir ce qu'il a à offrir. DURÉE DE LA SÉANCE : 2 heures

RECRUTEMENT DU GROUPE DE DISCUSSION - AGENTS

Lieu :

GROUPE 1	**GROUPE 2**	**GROUPE 3**
Ottawa	Montréal (français)	Vancouver
12 décembre 17 h 30 à 19 h 30 Agents de brevet Stratcom 100, rue Sparks 8e étage, Suite 802	13 décembre 17 h 30 à 19 h 30 Agents de brevet/DI CRC Research 1610 ouest, rue Ste-Catherine 4e étage, Suite 411	11 décembre 17 h 30 à 19 h 30 Agents de marque de commerce Vancouver Focus 1080, rue Howe, 5e étage Suite 503

VEUILLEZ ARRIVER 15 MINUTES AVANT L'HEURE DE LA SÉANCE

RECRUTEMENT DU GROUPE DE DISCUSSION - CLIENTS

21 novembre 2017

Environics Research
Recherche sur la satisfaction des clients — CLIENTS
OPIC

Recrutement du groupe de discussion

Nom du sondé : _____

d'affaires : _____

du groupe : _____

Recruteur : _____

GROUPE 4	**GROUPE 5**	**GROUPE 6**
Montréal (français)	Toronto	Toronto
13 décembre 20 h à 22 h Clients non représentés Mélange/surtout marques de commerce	6 décembre 17 h 30 à 19 h 30 Clients non représentés Mélange/surtout marques de commerce	6 décembre 20 h à 22 h Clients représentés Marques de commerce

GROUPE 7	**GROUPE 8**
Vancouver	É.-U. (téléphone)
11 décembre	14 décembre
20 h à 22 h	16 h à 18 h HNE
Clients représentés	Clients représentés
Brevets/designs industriels	Mélange (marques de commerce/brevets/DI)

Recruter 8 participants par groupe pour une présence minimum de 6 à 8.
N. B. : Tous les participants doivent traiter d'enregistrement de propriété intellectuelle pour le compte de leur entreprise et devraient être au courant de l'enregistrement de PI au Canada

Obtenir un mélange d'entreprises — petite (1 à 19 employés), moyenne (20 à 99 employés) et grande (plus de 100 employés). Aimerions aussi un mélange du temps depuis lequel la compagnie protège la PI. Idéalement, inclure aussi au moins une femme par groupe.

Bonjour, je suis _____ d'Environics Research. Nous sommes une maison professionnelle de recherche d'opinion publique qui recueille des opinions du public. Nous animons une série de groupes de discussion pour le compte d'Office de la propriété intellectuelle du Canada, un organisme de service spécial du gouvernement du Canada, avec des gens ou des compagnies qui protègent les droits de propriété intellectuelle — c'est-à-dire, les brevets, les marques de commerce ou les designs industriels — au Canada.

A. SI LE CLIENT EST REPRÉSENTÉ : Nous aimerions parler à la personne de votre organisation qui prend les décisions sur la protection des droits de propriété industrielle au Canada et non pas à un agent que vous avez utilisé pour enregistrer les droits de PI. Êtes-vous cette personne?

   SI LE CLIENT N'EST PAS REPRÉSENTÉ : Êtes-vous la personne la plus apte à prendre part à une discussion sur la protection des droits de propriété intellectuelle?

RECRUTEMENT DU GROUPE DE DISCUSSION - CLIENTS

Oui, je suis responsable de PI au Canada — 1 — **CONTINUER**

Non — 2 — **DEMANDER** « Pouvez-vous me référer à quelqu'un de votre entreprise qui fait ce type de travail? »

Oui [Noter les coordonnées / parler à la personne, reprendre du début] — 1 — **CONTINUER**

Non — 2 — **MERCI ET TERMINER**

9. Puis-je vous poser quelques questions pour voir si vous vous qualifiez pour ce projet de recherche?

Oui — 1 — **CONTINUER**

Non — 2 — **MERCI ET TERMINER**

Refuse — 3 — **MERCI ET TERMINER**

Au participant souhaité :

J'aimerais vous inviter à participer à une discussion sur les services offerts par l'Office de la propriété intellectuelle du Canada, connu sous le nom d'OPIC. Ce sera une séance en personne au centre-ville _____ (LIEU). É.-U. : Cette séance se déroulera par téléphone.

Votre participation à la recherche est entièrement volontaire et votre décision d'y participer ou non n'affectera aucune des transactions que vous pouvez avoir avec l'OPIC ou tout autre organisme du gouvernement du Canada. La séance durera environ (CANADA : deux heures/É.-U. : une heure et demie) et vous recevrez un cachet de (CANADA : 180 $/É.-U. : 200 $) pour votre participation. On ne vous posera pas de questions sur vos conversations privées avec vos clients; la recherche se borne au service reçu en cours d'enregistrement de propriété intellectuelle au Canada.

SI DES CLIENTS REPRÉSENTÉS DEMANDENT : Vous n'avez pas à avoir traité directement avec l'OPIC pour participer au groupe.

N. B. : Si les recrues potentielles demandent — citer ce qui suit :

SI ON DEMANDE —Confidentialité — Le groupe de discussion est confidentiel et anonyme. Vos commentaires seront protégés en conformité des dispositions de la Loi sur la protection des renseignements personnels.

[RÉPÉTER L'INTRODUCTION AU BESOIN AVEC UN SONDÉ POTENTIEL]

10. D'abord, est-ce que vous ou un membre de votre foyer ou de votre famille immédiate travaillez pour une compagnie de recherche de marché ou un média (presse, radio, télé)?

SI OUI, MERCI ET TERMINER L'APPEL
SI NON, CONTINUER

SI REFUS, MERCI ET TERMINER L'APPEL

11. Est-ce que vous ou votre compagnie avez enregistré au moins l'un ou l'autre de ce qui suit au Canada ces 12 derniers mois?
ENREGISTRER TOUT CE QUI S'APPLIQUE

Brevet	
Marque de commerce	**S'ASSURER DE REMPLIR LES EXIGENCES DU GROUPE**
Design industriel	
Aucun ces 12 derniers mois	**TERMINER**

12. [LISTE DE NON REPRÉSENTÉS SEULEMENT] Vous êtes-vous représenté ou avez-vous utilisé un agent pour protéger ce droit de propriété intellectuelle?

Me suis représenté	**RECRUTER DANS LE GROUPE DE NON REPRÉSENTÉS À TORONTO/MONTRÉAL (4 ET 5)**
Utilisé un agent	**RECRUTER DANS LE GROUPE DE REPRÉSENTÉS À TORONTO (GROUPE 6) / ET MONTRÉAL, TERMINER**

13. Ce droit de propriété intellectuelle est-il associé à vous personnellement ou à la compagnie pour laquelle vous travaillez?

À moi	**PASSER À LA Q.9**
À la compagnie	**OBTENIR MÉLANGE SI POSSIBLE**

14. [SI COMPAGNIE :] Combien d'employés à votre entreprise?

NOTE : Taille des catégories ci-dessous; essayer d'obtenir un mélange de petites, moyennes et grandes entreprises.

Petite – 1 à 100 employés Moyenne — 100 à 499 employés Grande — 500 employés ou plus	**OBTENIR 1-2 DANS CHAQUE CATÉGORIE**

15. [SI COMPAGNIE :] Depuis quand votre entreprise est-elle en affaires?

Jusqu'à cinq ans Cinq ans ou plus	**OBTENIR MÉLANGE SI POSSIBLE**

16. [SI COMPAGNIE :] Depuis quand êtes-vous personnellement impliqué dans la protection de droits de propriété intellectuelle, y compris pour votre organisation actuelle ou des employeurs antérieurs?

Jusqu'à cinq ans Cinq ans ou plus	**OBTENIR MÉLANGE SI POSSIBLE**

17. Avec quelle des industries suivantes vous/votre entreprise faites-vous principalement affaire? OBTENIR MÉLANGE SI POSSIBLE

Industrie manufacturière
Construction
Transport, hébergement, services d'alimentation
Commerce de gros et de détail
Finances, assurances, immobilier, information ou communications
Autre

18. Combien de dossiers de propriété intellectuelle avez-vous ou votre compagnie traités au Canada?

1 à 5
6 à 20 **OBTENIR MÉLANGE SI POSSIBLE**
21+

19. NOTER LE SEXE

Homme

Femme **ESSAYER D'OBTENIR AU MOINS QUELQUE REPRÉSENTATION FÉMININE**

20. On nous a demandé de parler à des participants d'âges différents. Pouvez-vous me dire à quel groupe d'âge vous appartenez?

18 à 34	1	
35 à 49	2	**OBTENIR MÉLANGE SI POSSIBLE**
50 ans ou plus	3	

21. Les participants aux groupes de discussion sont priés d'exprimer leurs opinions; êtes-vous à l'aise pour exprimer vos opinions en public? Êtes-vous....

01 — Très à l'aise	**MIN 50 % DE TRÈS À L'AISE ET À L'AISE PAR GROUPE**
02 — À l'aise	
03 — Assez à l'aise	
04 — Pas très à l'aise	**MERCI ET TERMINER**
05 — Très mal à l'aise	**MERCI ET TERMINER**

TOUS

NOTE : VEUILLEZ DIRE À TOUS LES SONDÉS QU'ILS RECEVRONT UN APPEL DE CONFIRMATION LA VEILLE DE LA SÉANCE. SI POUR UNE RAISON OU L'AUTRE, ILS N'ONT PAS DE NOUVELLES DE NOUS, ILS DEVRAIENT COMMUNIQUER AVEC NOUS AU _____. SI LEUR NOM N'APPARAÎT PAS SUR LE FORMULAIRE DE PRÉSENCE, ILS NE SERONT PAS ADMIS DANS LE GROUPE.

La discussion de groupe durera environ deux heures et nous offrons à chaque participant (CANADA : un cachet comptant de 180,00 $ / É.-U. : cachet de 200 $) en gage de notre appréciation. Je devrais aussi vous dire que les groupes seront enregistrés pour des fins de

recherche et que des membres de l'équipe de recherche (au CANADA : observeront la discussion d'une pièce attenante/aux É.-U. : écouteront la séance téléphonique). Tout ce que vous direz restera confidentiel.

[] COCHER POUR INDIQUER QUE VOUS AVEZ LU LA DÉCLARATION AU SONDÉ.

CANADA : Si vous avez besoin de lunettes de lecture, n'oubliez pas de les apporter puisqu'il est possible que vous ayez à lire durant la séance. Vous serez prié d'éteindre tout appareil électronique au cours de la discussion.

RECRUTEUR — TERMINER SI LE PARTICIPANT SEMBLE MAL À L'AISE AVEC L'OBLIGATION DE LIRE

RECRUTEUR – Dites au participant qu'il s'agit d'un petit groupe et que quiconque ne se présente pas ou annule à la dernière minute compromettra le projet. Assurez-vous qu'il sache que nous tenons à ses opinions et que nous voulons sérieusement savoir ce qu'il a à offrir.

DURÉE DE LA SÉANCE : 2 heures

Lieu :

GROUPE 4
Montréal (français)
13 décembre
20 h à 22 h
Clients non représentés
Mélange/surtout marque de commerce
CRC Research
1610 ouest, rue Ste — Catherine, 4e étage, Suite 411

GROUPE 5
Toronto
6 décembre
17 h 30 à 19 h 30
Clients non représentés
Mélange/surtout marque de commerce
CRC Research House 1867, rue Yonge
2e étage, Suite 200

GROUPE 6
Toronto
6 décembre
20 h à 22 h
Clients représentés
Marque de commerce
CRC Research House 1867, rue Yonge
2e étage. Suite 200

GROUPE 7
Vancouver
13 décembre
20 h à 22 h
Clients représentés
Brevets/design industriel
Vancouver Focus
1080, rue Howe
5e étage, Suite 503

GROUPE 8
É.-U. (téléphone)
14 décembre
16 h à 18 h HNE
Clients représentés
Mélange (brevet/marque de commerce/DI)
COMPOSER L'INFORMATION
À déterminer

CANADA : VEUILLEZ ARRIVER 15 MINUTES AVANT L'HEURE DE LA SÉANCE
É.-U. : VEUILLEZ APPELER CINQ MINUTES AVANT LA CONFÉRENCE TÉLÉPHONIQUE.

ANNEXE C — GUIDES D'ANIMATION - GROUPES DE DISCUSSION

Le 8 décembre 2017

Environics Research
Groupes de discussion sur la satisfaction du service à la clientèle
Guide de discussion de l'OPIC
PN9713

1.0 Introduction aux procédures (10 minutes)

Bonjour, je m'appelle Derek et je travaille pour Environics Research, qui est un cabinet de recherche sur l'opinion publique. Je vous souhaite la bienvenue à ce groupe de discussion. Comme vous le savez, nous avons été embauchés par l'Office de la propriété intellectuelle du Canada, aussi connu sous le nom de l'OPIC, pour mener cette recherche sur le service à la clientèle. Nous voulons entendre vos opinions, alors sentez-vous libres d'être en accord ou en désaccord. Vous n'avez pas à m'adresser tous vos commentaires; vous pouvez aussi échanger des idées et des arguments les uns avec les autres.

L'OPIC est un organisme de service spécial du gouvernement du Canada, donc je vous assure que ce que vous direz ici restera confidentiel et anonyme. Vos commentaires ne vous seront pas attribués nominalement dans nos rapports et n'affecteront nullement vos rapports avec l'OPIC ou avec le gouvernement du Canada.

Des observateurs qui font partie de l'équipe de recherche de l'OPIC assisteront à la séance de l'autre côté du miroir sans tain. Nous enregistrons aussi la séance sur vidéo pour m'aider à rédiger mon rapport. La vidéo ne servira qu'à l'interne pour analyser la recherche et ne sera pas rendue publique. Il se peut que je prenne des notes au cours de la discussion pour me rappeler certaines choses.

L'hôte ou l'hôtesse vous versera votre cachet à la fin de la séance.

Veuillez éteindre vos cellulaires et tout autre dispositif électronique.

Faisons un tour de table pour que vous puissiez nous dire votre prénom et nous parler un peu de vous, comme le type d'entreprise ou d'organisation pour laquelle vous travaillez, votre spécialité en PI et, en termes très généraux, le genre de clients que vous représentez lorsque vous traitez avec l'OPIC. De même, dites-nous de façon générale comment vous interagissez avec l'OPIC.

2.0 Vues d'ensemble (15 minutes)

Notre objectif dans ce projet de recherche est d'explorer ce que vous pensez du service que vous avez reçu de l'OPIC. Il est important de garder en tête que ce soir, nous nous concentrons sur le *service* plutôt que sur les programmes qu'offre l'OPIC. Nous ne voulons pas que la discussion dévie vers des sujets plus vastes liés à la propriété intellectuelle (PI) et aux politiques du

gouvernement sur l'enregistrement et l'octroi de brevets, de marques de commerce ou de dessins industriels. Par exemple, on peut recevoir une décision ou de l'information de l'OPIC qui nous déçoit ou avec laquelle on n'est pas d'accord. Cette décision ou cette information découle de politiques, de programmes ou de la réglementation. Ce qui nous intéresse ici, c'est le temps qu'il a fallu pour obtenir le service, la facilité avec laquelle vous y avez accédé, la clarté avec laquelle le programme ou le formulaire de demande a été expliqué, si on vous a traité avec respect et courtoisie, etc. Ce sont sur ces aspects du service que nous voulons insister.

Lorsque nous parlons de « service » à l'OPIC, à quoi pensez-vous? (Faire un tour de table pour obtenir des opinions générales.)

> SUGGÉRER, AU BESOIN : Comment décririez-vous l'OPIC comme organisation de service? Aimez-vous traiter avec l'OPIC? Ou trouvez-vous cela frustrant?

Concentrons-nous maintenant sur votre interaction la plus récente avec l'OPIC. Pouvez-vous décrire cette interaction du point de vue du service?

> EXPLORER : Tentiez-vous de traiter avec quelqu'un en personne, par téléphone ou en ligne?

J'aimerais que vous notiez sur papier ce que vous avez trouvé de positif à propos du service que vous avez reçu de l'OPIC. Notez aussi ce qui vous a paru négatif ou qui a besoin d'être amélioré, le cas échéant. Nous ferons ensuite un tour de table pour entendre l'opinion de chacun à ce sujet.

De façon générale, dans quelle mesure avez-vous été satisfait du service que vous avez reçu de l'OPIC?

Quels aspects du service ont été les plus positifs?

Quels aspects du service ont besoin d'être améliorés?

EXPLORER : Y a-t-il quelque chose qui vous a dérangé ou préoccupé à propos du service que vous avez reçu? Diriez-vous que vous avez reçu un service comparable aux autres expériences que vous avez eues avec l'OPIC? Pourquoi ou pourquoi pas?

Quelle est la première amélioration que vous apporteriez à la façon qu'adopte l'OPIC pour offrir ses services?

Pourquoi dites-vous cela?

3.0 Processus de demande de PI (10 minutes)

Maintenant que nous avons recueilli vos impressions générales sur votre expérience en ce qui concerne le service qu'offre l'OPIC, parlons de la prestation de certains services communs. Je comprends que le processus diffère pour les brevets, les marques de commerce et les dessins industriels; toutefois, j'aimerais que vous portiez votre attention sur les éléments communs du service dans ces processus, comme la rapidité, les communications, l'accessibilité des services, l'uniformité du service, etc. Parlons maintenant du dépôt d'une demande de brevet ou d'enregistrement d'une marque de commerce ou d'un dessin industriel.

En vous référant à une demande récemment déposée au nom d'un client, comment décririez-vous ce processus du point de vue du service? Avez-vous eu des problèmes avec le service à la clientèle et, le cas échéant, comment ont-ils été réglés?

Qu'y a-t-il eu de positif dans le service? Quels aspects du service pourraient être améliorés?

> SUGGÉRER, AU BESOIN : Comment avez-vous déposé la demande? L'avez-vous fait en ligne ou sur papier? Ou par télécopieur?
>
> SUGGÉRER : Avant ou durant le processus de demande, a-t-il été facile de joindre quelqu'un pour discuter de la demande ou pour poser des questions sur le processus?
>
> SUGGÉRER : Avez-vous consulté le site Web ou parlé à quelqu'un à l'OPIC? Comment décririez-vous l'expérience? Les renseignements étaient-ils clairs? Ont-ils été faciles à trouver?

EXPLORER : Avez-vous utilisé les bases de données en ligne ou à partir du bureau de l'OPIC? Comment décririez-vous cette expérience? SUGGÉRER : Avez-vous trouvé ce que vous cherchiez? Les bases de données étaient-elles faciles à utiliser?

Au stade de la demande, l'OPIC a-t-il répondu à vos attentes pour ce qui est du service à la clientèle? Pourquoi ou pourquoi pas (c.-à-d. comment)?

SUGGÉRER, AU BESOIN :

- Les délais du processus de demande ont-ils été raisonnables?
- Le processus était-il clair?
- Avez-vous pu trouver les renseignements dont vous aviez besoin au moyen de la voie de prestation que vous souhaitiez emprunter?
- L'information était-elle claire et facile à comprendre?

- Et le personnel avec qui vous avez traité? Avait-il les connaissances nécessaires? A-t-il été courtois et respectueux? Avez-vous eu l'impression que le personnel a déployé des efforts supplémentaires pour vous aider?

4.0 Examen (10 minutes)

Passons maintenant au processus d'examen.

Je sais que le processus est un peu différent pour les marques de commerce, les brevets et les dessins industriels, mais selon votre dernière expérience d'examen, pouvez-vous me décrire ce processus du point de vue du service?

SUGGÉRER : Par exemple, avez-vous reçu de la documentation? Avez-vous rencontré ou parlé à des membres du personnel de l'OPIC en ce qui concerne l'examen?

Comment décririez-vous l'expérience que vous avez eue avec l'OPIC au cours de ce processus?

L'OPIC a-t-il répondu à vos attentes pour ce qui est du service à la clientèle dans le cadre du processus d'examen? Pourquoi ou pourquoi pas (c.-à-d. comment)?

L'OPIC propose des façons d'accélérer la phase d'examen. L'un de vous a-t-il utilisé ces services pour le compte d'un client? SI OUI : Comment décririez-vous votre expérience avec ce service?

SUGGÉRER, AU BESOIN :

- Les délais du processus d'examen ont-ils été raisonnables?
- Le processus était-il clair?
- Avez-vous pu trouver les renseignements dont vous aviez besoin au moyen de la voie de prestation que vous souhaitiez emprunter?
- L'information, comme le rapport d'examen, était-elle facile à comprendre, claire et exacte?
- Et le personnel avec qui vous avez traité? Avait-il les connaissances nécessaires? A-t-il été courtois et respectueux? Avez-vous eu l'impression que le personnel a déployé des efforts supplémentaires pour vous aider?

5.0 Enregistrement ou octroi d'un brevet (10 minutes)

Portons maintenant notre attention sur la partie du processus où l'on vous informe que la demande de marque de commerce, de dessin industriel ou de

brevet a été approuvée. En vous référant à votre dernière expérience d'enregistrement d'un dessin industriel ou d'une marque de commerce, ou d'octroi d'un brevet, décrivez le processus du point de vue du service à la clientèle.

Comment décririez-vous votre expérience avec l'OPIC durant cette période?

L'OPIC a-t-il répondu à vos attentes pour ce qui est du service à la clientèle? Pourquoi ou pourquoi pas (c.-à-d. comment)?

SUGGÉRER, AU BESOIN :

- Les délais du processus d'examen ont-ils été raisonnables?
- Le processus était-il clair?
- Avez-vous pu trouver les renseignements dont vous aviez besoin au moyen de la voie de prestation que vous souhaitiez emprunter?
- L'information était-elle facile à comprendre, claire et exacte?
- Et le personnel avec qui vous avez traité? Avait-il les connaissances nécessaires? A-t-il été courtois et respectueux? Avez-vous eu l'impression que le personnel a déployé des efforts supplémentaires pour vous aider?

6.0 Autres services (10 minutes)

Maintenant, parlons un peu des autres services de PI que vous rendez à vos clients et qui vous obligent à traiter avec l'OPIC.

> **MARQUE DE COMMERCE** : Avez-vous déjà participé aux procédures de la Commission des oppositions des marques de commerce?
>
> **BREVETS ET DESSINS INDUSTRIELS** : Avez-vous déjà fait appel d'une décision?

Comment décririez-vous votre expérience lorsqu'il a été question de traiter avec l'OPIC pour ces services?

L'OPIC a-t-il répondu à vos attentes pour ce qui est du service à la clientèle? Pourquoi ou pourquoi pas (c.-à-d. comment)?

Y a-t-il eu des lacunes dans la prestation de ces services? Si oui, lesquelles?

SUGGÉRER, AU BESOIN :

- Ces services ont-ils été offerts dans des délais raisonnables?
- Le processus était-il clair?
- Avez-vous pu trouver les renseignements dont vous aviez besoin au moyen de la voie de prestation que vous souhaitiez emprunter?
- L'information a-t-elle été facile à comprendre, claire et exacte?
- Et le personnel avec qui vous avez traité? Avait-il les connaissances nécessaires? A-t-il été courtois et respectueux? Avez-vous eu l'impression que le personnel a déployé des efforts supplémentaires pour vous aider?

7.0 Mesures clés et ordre de priorité (15 minutes)

Maintenant que nous avons eu l'occasion de discuter des différentes interactions avec l'OPIC en ce qui a trait au service, je vous demande d'évaluer l'OPIC selon chacun de ces critères.

DISTRIBUER LE FEUILLET.

- Accessibilité du service, c.-à-d. étiez-vous en mesure d'accéder au service au moyen de différentes voies de prestation?
- L'information était-elle claire et facile à comprendre?
- Rapidité du service
    - Le personnel de l'OPIC a-t-il procédé dans des délais raisonnables?
    - Les notifications et décisions ont-elles été envoyées à chaque étape du processus?
- Interactions avec les employés (c.-à-d. personnel renseigné, courtois, respectueux, a déployé des efforts supplémentaires, etc.)
- Uniformité du service dans l'ensemble des voies de prestation et pour tous les services
- Exactitude (n'a pas commis d'erreurs)

Avez-vous eu du mal à évaluer l'un ou l'autre de ces critères? Si oui, pourquoi?

Ajouteriez-vous d'autres critères à cette liste?

Lequel de ces critères est le plus important pour vous?

Que pensez-vous du service que vous avez reçu de l'OPIC au moyen des différentes voies de prestation – Web, téléphone, en personne? Est-ce qu'il varie?

Certains de ces services pourraient-ils être améliorés s'ils étaient offerts par une voie de prestation différente (p. ex. services en personne plus efficaces sur le Web)?

Comment compareriez-vous l'OPIC aux autres agences du gouvernement du Canada avec lesquelles vous avez traité pour des raisons liées à une entreprise? SUGGÉRER : Affirmeriez-vous que l'OPIC est sur la même longueur d'onde que les autres agences du gouvernement? Pourquoi ou pourquoi pas?

8.0 Comparaison avec les autres offices de PI (5 minutes)

Avez-vous déjà fait affaire pour le compte de vos clients avec des offices de propriété intellectuelle (OPI) dans d'autres pays?

SUGGÉRER : *United States Patent Office* (USPTO)? *Intellectual Property Australia*? Office européen des brevets? *Japan Patent Office*?

Dans l'ensemble, comment la prestation de services de l'OPIC se compare-t-elle?

Comment l'OPIC offre-t-il un meilleur service, si tel est le cas?

Comment l'OPIC offre-t-il un moins bon service, si tel est le cas?

9.0 Outils et produits (5 minutes)

À qui vous adressez-vous typiquement si vous voulez vous renseigner davantage sur un sujet particulier relatif à la PI?

Y a-t-il des sujets relatifs à la PI sur lesquels l'information disponible vous semble insuffisante?

Y a-t-il d'autres outils ou services particuliers relatifs à la PI que vous aimeriez voir?

Comment préféreriez-vous avoir accès à ces renseignements, outils ou services? Comment pourraient-ils être plus accessibles et plus utiles pour vous? **EXPLORER** : en ligne, séances en personne, brochures, application mobile, etc.

Avez-vous des suggestions d'information ou d'outils que l'OPIC pourrait élaborer pour vous aider à mieux servir et éduquer vos clients à propos du processus de PI?

10.0 Conclusion (5 minutes)

Avez-vous d'autres commentaires? Y a-t-il d'autres aspects du service à la clientèle de l'OPIC que nous n'avons pas abordés, mais que nous aurions dû aborder?

Merci de votre participation!

8 décembre 2017

Environics Research
Groupes de discussion sur la satisfaction du service à la clientèle
Guide de discussion de l'OPIC
PN9713

1.0 Introduction à la procédure (10 minutes)

Bonjour, je m'appelle Derek et je travaille pour Environics Research, qui est une maison de recherche sur l'opinion publique. Je vous souhaite la bienvenue à ce groupe de discussion. Comme vous savez, nous avons été embauchés par l'Office de la propriété intellectuelle du Canada, aussi connu sous le nom d'OPIC, pour exécuter ce projet de recherche sur le service à la clientèle. Nous voulons entendre vos opinions. Sentez-vous libres d'être d'accord ou pas. Vous n'avez pas à m'adresser tous vos commentaires. Vous pouvez échanger des idées et des arguments les uns avec les autres.

L'OPIC est un organisme de service spécial du gouvernement du Canada. Je vous assure que ce que vous direz ici restera confidentiel et anonyme. Vos commentaires ne vous seront pas attribués nominalement dans nos rapports et n'affecteront pas les transactions que vous pouvez avoir avec l'OPIC ou le gouvernement du Canada.

Des observateurs qui font partie de l'équipe de recherche à l'OPIC assisteront à la séance de l'autre côté du miroir sans tain. Nous enregistrerons aussi la séance sur vidéo pour m'aider à rédiger mon rapport. La vidéo ne servira qu'à l'interne pour analyser la recherche et ne sera pas rendue publique. Il se peut que je prenne des notes au cours de la discussion pour me rappeler certaines choses.

L'hôte/hôtesse vous versera votre cachet à la fin de la séance.

Veuillez éteindre vos cellulaires et vos bipeurs.

Faisons un tour de table pour que vous puissiez nous dire votre prénom et nous parler un peu de vous, comme le type d'organisation pour laquelle vous travaillez ou dont vous êtes propriétaire et, en termes généraux, ce que vous faites qui vous a amené à être en contact avec l'OPIC, soit indirectement par l'entremise de votre agent ou directement.

2.0 Vues d'ensemble (15 minutes)

Notre objectif dans ce projet de recherche est d'explorer ce que vous pensez du service que vous avez reçu de l'OPIC comme utilisateurs des services de l'OPIC. Il est important de garder en tête que nous nous concentrons sur le service ce soir plutôt que sur les programmes qu'offre l'OPIC. Nous ne voulons pas que la discussion dévie vers des sujets plus vastes relatifs à la propriété intellectuelle (PI) et à la politique du

gouvernement sur l'enregistrement et la reconnaissance des brevets, des marques de commerce ou des designs industriels.

Par exemple, on peut recevoir une décision ou de l'information de l'OPIC qui nous désappointe ou avec laquelle on n'est pas d'accord. Cette décision ou cette information a à voir avec la politique, le programme ou la réglementation du gouvernement. Le service qui l'accompagne, c'est le temps qu'il a fallu pour obtenir le service, la facilité avec laquelle vous y avez accédé, la clarté avec laquelle le programme ou le formulaire de demande a été expliqué, si on vous a traité avec respect et courtoisie, etc. Ce sont sur ces aspects du service que nous voulons insister dans cette discussion.

D'abord, dans quelle mesure le processus de PI vous est-il familier? Vous êtes ici parce que vous avez récemment enregistré une marque de commerce ou un design industriel ou qu'on vous a reconnu un brevet par l'intermédiaire de votre agent. Était-ce la première fois que vous enregistriez une marque de commerce ou un design industriel ou qu'on vous reconnaissait un brevet ou aviez-vous eu une expérience antérieure?

Quelle est votre expérience de l'OPIC? Avez-vous traité directement avec l'OPIC auparavant ou l'avez-vous fait seulement par l'intermédiaire de votre agent?

Lorsque nous parlons de « service à la clientèle » à l'OPIC, en quoi consiste-t-il? (Faire un tour de table pour obtenir des opinions générales.)

> **SUGGÉRER AU BESOIN** : Comment décririez-vous l'OPIC comme organisation de service? Aimez-vous travailler avec l'OPIC ou trouvez-vous cela frustrant?

Pensez maintenant à votre interaction la plus récente avec l'OPIC. Pouvez-vous décrire cette interaction d'une perspective de service?

> **EXPLORER** : Tentiez-vous de traiter avec quelqu'un en personne, par téléphone ou en ligne?

J'aimerais que chacun de vous note sur papier ce que vous avez trouvé de positif dans le service que vous avez reçu de l'OPIC et ce que vous avez trouvé négatif ou avait besoin d'être amélioré. Puis, nous ferons un tour de table pour entendre l'opinion de chacun de vous sur le sujet.

Dans quelle mesure avez-vous été satisfait du service que vous avez reçu de l'OPIC?

Quelle partie du service vous est apparue la plus positive?

Quelle partie du service vous a semblé avoir besoin d'amélioration?

> **EXPLORER** : Qu'est-ce qui vous a ennuyé ou inquiété à propos du service que vous avez reçu, si tel a été le cas? Estimez-vous avoir reçu un service

comparable à d'autres expériences que vous avez eues avec l'OPIC? Pourquoi ou pourquoi pas?

Quelle est la première amélioration que vous apporteriez à la manière de l'OPIC de livrer ses services?

Pourquoi dites-vous cela?

3.0 Avant le dépôt d'une demande (10 minutes)

Comme vous savez, l'enregistrement d'une PI comporte plusieurs étapes. Vous avez peut-être franchi plusieurs d'entre elles avec l'aide de votre agent et d'autres en traitant directement avec l'OPIC. Nous aimerions entendre parler de ces expériences.

Nous discuterons de chaque étape du parcours que chacun de vous a fait dans le processus de PI en mettant l'accent sur le service à la clientèle que vous avez reçu de l'OPIC à chaque étape.

D'abord, revenons à ce qui a précédé votre décision de déposer une demande de PI, c'est-à-dire avant même que remplissiez la demande. Avez-vous interagi avec l'OPIC ou utilisé ses services d'une façon ou d'une autre avant de déposer votre demande? Pouvez-vous décrire cette expérience pour nous?

EXPLORER : Avez-vous visité le site Web? Comment décririez-vous cette expérience?

SUGGÉRER : Avez-vous reçu les renseignements que vous désiriez? L'information a-t-elle été claire? A-t-elle été facile à trouver?

EXPLORER : Avez-vous utilisé l'une des bases de données en ligne ou au bureau de l'OPIC? Comment décririez-vous cette expérience?

SUGGÉRER : Avez-vous trouvé ce que vous cherchiez? Les bases de données ont-elles été faciles à utiliser?

EXPLORER : Avez-vous téléphoné ou êtes-vous allé en personne? Le cas échéant, à qui avez-vous parlé? (EXPLORER : Le centre d'appel?) (Autrement appelé centre de service à la clientèle ou agent de développement des affaires / conseiller PI dans votre région.) Avez-vous assisté à un colloque? Comment décririez-vous cette expérience?

SUGGÉRER AU BESOIN : Avez-vous reçu les renseignements que vous désiriez? L'information a-t-elle été claire? A-t-elle été facile à trouver? Le membre du personnel de l'OPIC a-t-il été obligeant? S'y connaissait-il? A-t-il été courtois?

L'OPIC a-t-il répondu à vos attentes pour ce qui est du service à la clientèle? Pourquoi ou pourquoi pas (c.-à-d. comment)?

SUGGÉRER AU BESOIN :

- Avez-vous reçu ces services en temps opportun?
- Le processus a-t-il été clair?
- Avez-vous pu trouver tous les renseignements dont vous aviez besoin par votre canal préféré?
- L'information était-elle facile à comprendre?
- Et le personnel avec qui vous avez traité? S'y connaissait-il? A-t-il été courtois, respectueux? Estimez-vous que le personnel a fait tout ce qu'il fallait pour vous aider?

4.0 Processus de demande (10 minutes)

Maintenant que nous avons parlé de vos impressions générales de votre expérience de service à l'OPIC, parlons de la fourniture de services communs. Je sais que le processus est différent pour les brevets, les marques de commerce et les designs industriels. Je veux qu'on porte notre attention sur les éléments communs de service dans ces processus, comme la rapidité, les communications, l'accessibilité, la cohérence, etc. Parlons du dépôt d'une demande de brevet ou d'enregistrement d'une marque de commerce ou d'un design industriel.

Pensant à une demande récente que vous avez soumise, soit directement, soit par l'entremise de votre agent, comment décririez-vous le service que vous avez reçu directement de l'OPIC, si tel a été le cas? Avez-vous éprouvé des difficultés avec le service à la clientèle et, le cas échéant, comment ont-elles été réglées?

Qu'avez-vous trouvé de positif à propos du service? Quels aspects du service pourraient être améliorés?

> **SUGGÉRER** : A-t-il été facile de joindre quelqu'un pour discuter de la demande ou poser des questions sur le processus?
>
> **SUGGÉRER** : Avez-vous consulté le site Web ou parlé à quiconque à l'OPIC? Comment décririez-vous cette expérience? L'information a-t-elle été claire? A-t-elle été facile à trouver?

Au stade de la demande, l'OPIC a-t-il répondu à vos attentes pour ce qui est du service à la clientèle? Pourquoi ou pourquoi pas (c.-à-d. comment)?

EXPLORER AU BESOIN : Vous attendiez-vous à ce que le processus soit simple ou pénible?

SUGGÉRER AU BESOIN :

- Les délais du processus de demande ont-ils été raisonnables?
- Le processus a-t-il été clair?
- Avez-vous pu trouver tous les renseignements dont vous aviez besoin par votre canal favori?
- L'information a-t-elle été facile à comprendre?
- Et le personnel avec qui vous avez traité? S'y connaissait-il? A-t-il été courtois, respectueux? Estimez-vous que le personnel a tout fait pour vous aider?

5.0 Examen (10 minutes)

Passons maintenant au processus d'examen.

Je sais que le processus diffère un peu pour les marques de commerce, les brevets et les designs industriels, mais pensant à votre dernière expérience de service au stade de l'examen, pouvez-vous me décrire le service que vous avez reçu directement de l'OPIC, si tel a été le cas?

SUGGÉRER : Par exemple, avez-vous reçu de la documentation? Avez-vous rencontré ou parlé au personnel de l'OPIC à propos de l'examen?

Comment décririez-vous votre expérience d'interaction avec l'OPIC au cours de ce processus?

L'OPIC a-t-il répondu à vos attentes pour ce qui est du service à la clientèle durant le processus d'examen? Pourquoi ou pourquoi pas (c.-à-d. comment)?

Je sais que l'OPIC offre des façons d'accélérer la phase d'examen. Comment décririez-vous l'expérience que vous avez eue avec ce service?

L'OPIC offre des façons d'accélérer la phase d'examen. Avez-vous profité de ces services? L'un de vous a-t-il utilisé ces services**? SI OUI** : Comment décririez-vous l'expérience que vous avez eue avec ce service?

SUGGÉRER AU BESOIN :

- Le processus d'examen s'est-il déroulé dans des délais raisonnables?

- Le processus a-t-il été clair?
- Avez-vous pu trouver tous les renseignements dont vous aviez besoin par votre canal favori?
- L'information a-t-elle été facile à comprendre? A-t-elle été claire et précise?
- Et le personnel avec qui vous avez traité? S'y connaissait-il? A-t-il été courtois, respectueux? Estimez-vous que le personnel a tout fait pour vous aider?

6.0 Enregistrement ou brevetage (10 minutes)

Portons maintenant notre attention à la partie du processus où vous avez été avisé que votre demande de marque de commerce, de design industriel ou de brevet a été approuvée. Pensant à l'enregistrement de votre PI, avez-vous traité personnellement avec l'OPIC? Comment ça a été d'une perspective de service?

A-t-on répondu à vos attentes pour ce qui est du service à la clientèle? Pourquoi ou pourquoi pas (c.-à-d. comment)?

SUGGÉRER AU BESOIN :

- Cette partie du processus s'est-elle déroulée dans des délais raisonnables?
- Le processus a-t-il été clair?
- Avez-vous pu trouver tous les renseignements dont vous aviez besoin par votre canal favori?
- L'information a-t-elle été facile à comprendre? A-t-elle été précise?
- Et le personnel avec qui vous avez traité? S'y connaissait-il? A-t-il été courtois, respectueux? Estimez-vous que le personnel a tout fait pour vous aider?

7.0 Autres services (10 minutes)

Parlons un peu maintenant d'autres services de PI qu'offre l'OPIC.

MARQUE DE COMMERCE : Avez-vous déjà participé à des procédures à la Commission des oppositions des marques de commerce?

BREVETS ET DESIGNS INDUSTRIELS : Avez-vous déjà fait appel d'une décision?

Comment décririez-vous le service que vous avez reçu directement de l'OPIC, si tel a été le cas?

L'OPIC a-t-il répondu à vos attentes pour ce qui est du service à la clientèle? Pourquoi ou pourquoi pas (c.-à-d. comment)?

Y a-t-il eu des lacunes dans la livraison de ces services? Si oui, lesquelles?

SUGGÉRER AU BESOIN :

- Ces services ont-ils été livrés dans des délais raisonnables?
- Le processus a-t-il été clair?
- Avez-vous pu trouver tous les renseignements dont vous aviez besoin par votre canal favori?
- L'information a-t-elle été facile à comprendre? A-t-elle été claire et précise?
- Et le personnel avec qui vous avez traité? S'y connaissait-il? A-t-il été courtois, respectueux? Estimez-vous que le personnel a tout fait pour vous aider?

8.0 Mesures clés et priorisation (15 minutes)

Maintenant que nous avons eu l'occasion de discuter de la variété d'interactions de service avec l'OPIC, je vous demanderai d'évaluer l'OPIC selon chacun de ces critères. **DISTRIBUER FEUILLET.**

a. Accessibilité du service, c.-à-d. – capacité d'accéder au service par de multiples canaux

b. L'information a été claire et facile à comprendre

c. Le personnel de l'OPIC a toujours fourni un service rapide

d. Notifications/décisions rapides à chaque partie du processus

e. Interactions avec les employés (c.-à-d. personnel qui s'y connaissait, courtois, respectueux, qui a fait tout son possible, etc.)

f. Cohérence du service à tous les niveaux

g. Exactitude/ne fait pas d'erreurs

Y a-t-il certains de ces critères que vous avez eu du mal à évaluer? Si oui, pourquoi?

Ajouteriez-vous d'autres critères à cette liste?

Lequel de ces critères est le plus important pour vous?

Que pensez-vous du service reçu de l'OPIC par différents canaux – Web, téléphone, en personne? Est-ce qu'il varie?

Y a-t-il des services qui pourraient être améliorés s'ils étaient fournis par un canal différent (ex. les services en personne seraient mieux fournis par le Web)?

Comment compareriez-vous l'OPIC aux autres agences gouvernementales pour ce qui est des services offerts aux entrepreneurs? SUGGÉRER : L'OPIC est-il l'égal d'autres organisations gouvernementales? Pourquoi ou pourquoi pas?

9.0 Questions comparatives à l'OPIC (5 minutes)

Avez-vous déjà déposé une demande ou enregistré des droits de PI auprès d'offices de propriété intellectuelle d'autres pays?

SUGGÉRER : Office des brevets des États-Unis? Propriété intellectuelle Australie? Office européen des brevets? Office japonais des brevets? Comment les services de l'OPIC se comparent-ils aux leurs?

De quelle façon l'OPIC offre-t-il un meilleur service, si tel est le cas?

De quelle façon l'OPIC offre-t-il un moins bon service, si tel est le cas?

10.0 Outils et produits (5 minutes)

Où vous adressez-vous typiquement si vous voulez plus de renseignements sur un sujet relatif à la PI?

Y a-t-il des sujets de PI sur lesquels vous estimez qu'il y a trop peu d'information disponible?

Y a-t-il d'autres outils ou services particuliers relatifs à la PI que vous aimeriez voir?

Comment préfèreriez-vous accéder à cette information, ces outils ou services? Comment vous seraient-ils les plus accessibles et utiles? **EXPLORER** : En ligne, en personne, brochures, appli mobile, etc.

11.0 Conclusion (5 minutes)

Avez-vous d'autres commentaires? Y a-t-il d'autres aspects du service à la clientèle de l'OPIC que nous n'avons pas encore abordés, mais devrions mentionner?

Merci de votre participation

Le 8 décembre 2017

Environics Research
Groupes de discussion sur la satisfaction du service à la clientèle
Guide de discussion de l'OPIC
PN9713

1.0 Introduction aux procédures (10 minutes)

Bonjour, je m'appelle Derek et je travaille pour Environics Research, qui est un cabinet de recherche sur l'opinion publique. Je vous souhaite la bienvenue à ce groupe de discussion. Comme vous le savez, nous avons été embauchés par l'Office de la propriété intellectuelle du Canada, aussi connu sous le nom de l'OPIC, pour mener cette recherche sur le service à la clientèle. Nous voulons entendre vos opinions, alors sentez-vous libres d'être en accord ou en désaccord. Vous n'avez pas à m'adresser tous vos commentaires; vous pouvez aussi échanger des idées et des arguments les uns avec les autres.

L'OPIC est un organisme de service spécial du gouvernement du Canada, donc je vous assure que ce que vous direz ici restera confidentiel et anonyme. Vos commentaires ne vous seront pas attribués nominalement dans nos rapports et n'affecteront nullement vos rapports avec l'OPIC ou avec le gouvernement du Canada.

Des observateurs qui font partie de l'équipe de recherche de l'OPIC assisteront à la séance de l'autre côté du miroir sans tain. Nous enregistrons aussi la séance sur vidéo pour m'aider à rédiger mon rapport. La vidéo ne servira qu'à l'interne pour analyser la recherche et ne sera pas rendue publique. Il se peut que je prenne des notes au cours de la discussion pour me rappeler certaines choses.

L'hôte ou l'hôtesse vous versera votre cachet à la fin de la séance.

Veuillez éteindre vos cellulaires et tout autre dispositif électronique.

Faisons un tour de table pour que vous puissiez nous dire votre prénom et nous parler un peu de vous, comme le type d'organisation pour laquelle vous travaillez ou dont vous êtes propriétaire et, de façon très générale, ce que vous faites qui vous amène à traiter avec l'OPIC.

2.0 Vues d'ensemble (20 minutes)

Notre objectif dans ce projet de recherche est d'explorer ce que vous pensez du service que vous avez reçu de l'OPIC. Il est important de garder en tête que ce soir, nous nous concentrons sur le service plutôt que sur les programmes qu'offre l'OPIC. Nous ne voulons pas que la discussion dévie vers des sujets plus vastes liés à la propriété intellectuelle (PI) et aux politiques du gouvernement sur l'enregistrement et l'octroi de

brevets, de marques de commerce ou de dessins industriels. Par exemple, on peut recevoir une décision ou de l'information de l'OPIC qui nous déçoit ou avec laquelle on n'est pas d'accord. Cette décision ou cette information découle de politiques, de programmes ou de la réglementation. Ce qui nous intéresse ici, c'est le temps qu'il a fallu pour obtenir le service, la facilité avec laquelle vous y avez accédé, la clarté avec laquelle le programme ou le formulaire de demande a été expliqué, si on vous a traité avec respect et courtoisie, etc. Ce sont sur ces aspects du service que nous voulons insister dans cette discussion.

Lorsque nous parlons de « service » à l'OPIC, à quoi pensez-vous? (Faire un tour de table pour obtenir des opinions générales.)

> SUGGÉRER, AU BESOIN : Comment décririez-vous l'OPIC comme organisation de service? Aimez-vous traiter avec l'OPIC? Ou trouvez-vous cela frustrant?

Concentrons-nous maintenant sur votre interaction la plus récente avec l'OPIC. Pouvez-vous décrire cette interaction du point de vue du service?

> EXPLORER : Tentiez-vous de traiter avec quelqu'un en personne, par téléphone ou en ligne?

J'aimerais que vous notiez sur papier ce que vous avez trouvé de positif à propos du service que vous avez reçu de l'OPIC. Notez aussi ce qui vous a paru négatif ou qui a besoin d'être amélioré, le cas échéant. Nous ferons ensuite un tour de table pour entendre l'opinion de chacun à ce sujet.

Dans quelle mesure avez-vous été satisfait du service que vous avez reçu de l'OPIC?

Quels aspects du service ont été les plus positifs?

Quels aspects du service ont besoin d'être améliorés?

EXPLORER : Y a-t-il quelque chose qui vous a dérangé ou préoccupé à propos du service que vous avez reçu? Avez-vous eu l'impression d'avoir reçu un service comparable aux autres expériences que vous avez eues avec l'OPIC? Pourquoi ou pourquoi pas?

Quelle est la première amélioration que vous apporteriez à la façon qu'adopte l'OPIC pour offrir ses services?

Pourquoi dites-vous cela?

3.0 Avant le dépôt d'une demande (10 minutes)

Comme vous le savez, il y a plusieurs étapes et processus entre la première fois où vous communiquez avec l'OPIC et l'enregistrement ou l'obtention de vos droits de PI.

GUIDE DE DISCUSSION POUR LES CLIENTS NON-REPRÉSENTÉS

Nous allons discuter de chaque étape du « parcours » que vous avez franchie avec le processus de PI et du service à la clientèle que vous avez reçu de l'OPIC à chaque étape.

D'abord, revenons à ce qui précède votre décision de déposer une demande de PI, soit avant même de remplir la demande. Avez-vous traité avec l'OPIC ou utilisé ses services avant de présenter une demande? Pouvez-vous nous décrire cette expérience?

> **EXPLORER** : Avez-vous visité le site Web? Comment décririez-vous cette expérience?
>
> > **SUGGÉRER** : Avez-vous obtenu les renseignements que vous cherchiez? Les renseignements étaient-ils clairs? Ont-ils été faciles à trouver?
>
> **EXPLORER** : Avez-vous utilisé les bases de données en ligne ou à partir du bureau de l'OPIC? Comment décririez-vous cette expérience?
>
> > **SUGGÉRER** : Avez-vous trouvé ce que vous cherchiez? Ces bases de données ont-elles été faciles à consulter?
>
> **EXPLORER** : Avez-vous appelé ou êtes-vous allé en personne? Le cas échéant, à qui avez-vous parlé? Au centre d'appel (aussi connu sous le nom de Centre de services à la clientèle, ou agent de développement des affaires ou conseiller en PI dans votre région)? Avez-vous participé à un séminaire?
>
> Comment décririez-vous cette expérience?
>
> > **SUGGÉRER, AU BESOIN** : Avez-vous obtenu les renseignements que vous cherchiez? Les renseignements étaient-ils clairs? Ont-ils été faciles à trouver? L'employé de l'OPIC a-t-il été en mesure de vous aider? Avait-il les connaissances nécessaires? A-t-il été courtois?

Est-ce que l'OPIC a répondu à vos attentes pour ce qui est du service à la clientèle? Pourquoi ou pourquoi pas (c.-à-d. comment)?

4.0 Processus de demande (10 minutes)

Maintenant, parlons un peu de la demande. Je comprends que le processus diffère pour les brevets, les marques de commerce et les dessins industriels; toutefois, j'aimerais que vous portiez votre attention sur les éléments communs du service dans ces processus, comme la rapidité, les communications, l'accessibilité des services, l'uniformité du service, etc.

En vous référant à une demande récemment déposée, comment décririez-vous ce processus du point de vue du service? Avez-vous eu des problèmes avec le service à

la clientèle et, le cas échéant, comment ont-ils été réglés?

Qu'y a-t-il eu de positif dans le service? Quels aspects du service pourraient être améliorés?

> **SUGGÉRER** : A-t-il été facile de joindre quelqu'un pour discuter de la demande ou pour poser des questions sur le processus?
>
> **SUGGÉRER** : Avez-vous consulté le site Web ou parlé à quelqu'un à l'OPIC? Comment décririez-vous l'expérience? Les renseignements étaient-ils clairs? Ont-ils été faciles à trouver?

Au stade de la demande, l'OPIC a-t-il répondu à vos attentes pour ce qui est du service à la clientèle? Pourquoi ou pourquoi pas (c.-à-d. comment)?

EXPLORER, AU BESOIN : Vous attendiez-vous à ce que le processus soit simple ou compliqué?

SUGGÉRER, AU BESOIN :

- Les délais du processus de demande ont-ils été raisonnables?
- Le processus était-il clair?
- Avez-vous pu trouver les renseignements dont vous aviez besoin au moyen de la voie de prestation que vous souhaitiez emprunter?
- L'information était-elle facile à comprendre?
- Et le personnel avec qui vous avez traité? Avait-il les connaissances nécessaires? A-t-il été courtois et respectueux? Avez-vous eu l'impression que le personnel a déployé des efforts supplémentaires pour vous aider?

5.0 Examen (10 minutes)

Passons maintenant au processus d'examen.

Je sais que le processus est un peu différent pour les marques de commerce, les brevets et les dessins industriels, mais selon votre dernière expérience d'examen, pouvez-vous décrire ce processus du point de vue du service?

> **SUGGÉRER** : Par exemple, avez-vous reçu de la documentation? Avez-vous rencontré ou parlé à des membres du personnel de l'OPIC en ce qui concerne l'examen?
>
> A-t-il été facile de parler à quelqu'un à propos du processus d'examen ou des

renseignements que vous avez reçus? Était-il clair pour vous quelle était la prochaine étape?

Comment décririez-vous votre expérience avec l'OPIC au cours de ce processus?

L'OPIC a-t-il répondu à vos attentes pour ce qui est du service à la clientèle dans le cadre du processus d'examen? Pourquoi ou pourquoi pas (c.-à-d. comment)?

L'OPIC propose des façons d'accélérer la phase d'examen. L'un de vous a-t-il utilisé ces services?

SI OUI : Comment décririez-vous votre expérience avec ce service?

SUGGÉRER, AU BESOIN :

- Les délais du processus d'examen ont-ils été raisonnables?
- Le processus était-il clair?
- Avez-vous pu trouver les renseignements dont vous aviez besoin au moyen de la voie de prestation que vous souhaitiez emprunter?
- L'information était-elle facile à comprendre, claire et exacte?
- Et le personnel avec qui vous avez traité? Avait-il les connaissances nécessaires? A-t-il été courtois et respectueux? Avez-vous eu l'impression que le personnel a déployé des efforts supplémentaires pour vous aider?

6.0 Enregistrement ou octroi (10 minutes)

Portons maintenant notre attention sur la partie du processus où l'on vous informe que votre demande de marque de commerce, de dessin industriel ou de brevet a été approuvée. Lorsqu'il est question de l'enregistrement de votre PI, décrivez le processus du point de vue du service à la clientèle.

Comment décririez-vous votre expérience avec l'OPIC durant cette période?

L'OPIC a-t-il répondu à vos attentes pour ce qui est du service à la clientèle? Pourquoi ou pourquoi pas (c.-à-d. comment)?

SUGGÉRER, AU BESOIN :

- Les délais pour cette partie du processus ont-ils été raisonnables?
- Le processus était-il clair?

- Avez-vous pu trouver les renseignements dont vous aviez besoin au moyen de la voie de prestation que vous souhaitiez emprunter?

- L'information était-elle facile à comprendre et exacte?

- Et le personnel avec qui vous avez traité? Avait-il les connaissances nécessaires? A-t-il été courtois et respectueux? Avez-vous eu l'impression que le personnel a déployé des efforts supplémentaires pour vous aider?

7.0 Autres services (10 minutes)

Maintenant, parlons un peu des autres services de PI qu'offre l'OPIC et que vous avez peut-être eu l'occasion d'utiliser.

MARQUE DE COMMERCE : Avez-vous déjà participé aux procédures de la Commission des oppositions des marques de commerce?

BREVETS ET DESSINS INDUSTRIELS : Avez-vous déjà fait appel d'une décision?

Comment décririez-vous votre expérience du point de vue du service?

L'OPIC a-t-il répondu à vos attentes pour ce qui est du service à la clientèle? Pourquoi ou pourquoi pas (c.-à-d. comment)?

Y a-t-il eu des lacunes dans la prestation de ces services? Si oui, lesquelles?

SUGGÉRER, AU BESOIN :

- Ces services ont-ils été offerts dans des délais raisonnables?

- Le processus était-il clair?

- Avez-vous pu trouver les renseignements dont vous aviez besoin au moyen de la voie de prestation que vous souhaitiez emprunter?

- L'information a-t-elle été facile à comprendre, claire et exacte?

- Et le personnel avec qui vous avez traité? Avait-il les connaissances nécessaires? A-t-il été courtois et respectueux? Avez-vous eu l'impression que le personnel a déployé des efforts supplémentaires pour vous aider?

8.0 Mesures clés et ordre de priorité (20 minutes)

Maintenant que nous avons eu l'occasion de discuter des différentes interactions avec l'OPIC en matière de service, je vous demande d'évaluer l'OPIC selon chacun de ces

critères.

DISTRIBUER LE FEUILLET.

a. Accessibilité du service, c.-à-d. la capacité d'accéder au service au moyen de différentes voies de prestation

b. L'information était claire et facile à comprendre

c. Le personnel de l'OPIC a procédé dans des délais raisonnables

d. Délais raisonnables pour l'envoi des notifications et des décisions à chaque étape du processus

e. Interactions avec les employés (c.-à-d. personnel renseigné, courtois, respectueux, a déployé des efforts supplémentaires, etc.)

f. Uniformité du service dans l'ensemble des voies de prestation et pour tous les services

g. Exactitude (n'a pas commis d'erreurs)

Avez-vous eu du mal à évaluer l'un ou l'autre de ces critères? Si oui, pourquoi?

Ajouteriez-vous d'autres critères à cette liste?

Lequel de ces critères est le plus important pour vous?

Que pensez-vous du service que vous avez reçu de l'OPIC au moyen des différentes voies de prestation – Web, téléphone, en personne? Est-ce qu'il varie?

Certains de ces services pourraient-ils être améliorés s'ils étaient offerts par une voie de prestation différente (p. ex. services en personne plus efficaces sur le Web)?

Comment compareriez-vous l'OPIC aux autres agences du gouvernement du Canada pour ce qui est du service aux entreprises? SUGGÉRER : L'OPIC est-il sur la même longueur d'onde que les autres agences du gouvernement? Pourquoi ou pourquoi pas?

9.0 Comparaison avec les autres offices de PI (5 minutes)

Avez-vous déjà déposé une demande ou enregistré des droits de PI auprès d'offices de propriété intellectuelle (OPI) dans d'autres pays?

SUGGÉRER : *United States Patent Office* (USPTO)? *Intellectual Property Australia*? Office européen des brevets? *Japan Patent Office*?

Dans l'ensemble, comment la prestation de services de l'OPIC se compare-t-elle?

Comment l'OPIC offre-t-il un meilleur service, si tel est le cas?

Comment l'OPIC offre-t-il un moins bon service, si tel est le cas?

10.0 Outils et produits (5 minutes)

À qui vous adressez-vous typiquement si vous voulez vous renseigner davantage sur un sujet particulier relatif à la PI?

Y a-t-il des sujets relatifs à la PI sur lesquels l'information disponible vous semble insuffisante?

Y a-t-il d'autres outils ou services particuliers relatifs à la PI que vous aimeriez voir?

Comment préféreriez-vous avoir accès à ces renseignements, outils ou services? Comment pourraient-ils être plus accessibles et plus utiles pour vous? **EXPLORER** : en ligne, séances en personne, brochures, application mobile, etc.

11.0 Conclusion (5 minutes)

Avez-vous d'autres commentaires? Y a-t-il d'autres aspects du service à la clientèle de l'OPIC que nous n'avons pas abordés, mais que nous aurions dû aborder?

Merci de votre participation!

ANNEXE D — QUESTIONNAIRE DU SONDAGE

Office de la propriété intellectuelle du Canada
Sondage sur la satisfaction de la clientèle — 2018

Questionnaire DÉFINITIF

[Les crochets indiquent les questions précédemment posées en 2008]

Le questionnaire en ligne sera mené auprès de 1 100 agents ou clients non représentés et d'un maximum de 300 clients représentés (au Canada seulement), si l'échantillon le permet; sa durée sera de 15 minutes en moyenne.

INVITATION PAR COURRIEL

Objet : Sondage de l'Office de la propriété intellectuelle du Canada sur la satisfaction de la clientèle

[Madame/Monsieur],

L'Office de la propriété intellectuelle du Canada (OPIC), un organisme de service spécial au sein d'Innovation, Sciences et Développement économique Canada, est l'autorité fédérale responsable de l'enregistrement et de l'octroi des droits de propriété intellectuelle (PI), parmi lesquels figurent les marques de commerce, les brevets et les dessins industriels. Puisque vous faites partie de la clientèle de l'OPIC, nous aimerions vous inviter à participer à un sondage en ligne portant sur votre utilisation des services de l'Office et votre satisfaction à l'égard de ces derniers.

L'OPIC a retenu les services d'Environics Research, une société d'étude de marché indépendante, pour effectuer ce sondage. Celui-ci vise à permettre d'en apprendre davantage sur l'opinion qu'ont les clients de l'OPIC et sur leurs expériences avec l'organisme. Vos commentaires sont essentiels et aideront l'OPIC à améliorer les services qu'il fournit.

Le sondage durera environ 15 minutes. Votre participation à ce dernier est volontaire, et vos réponses demeureront strictement confidentielles. Votre décision de participer ou non à ce sondage n'aura aucune conséquence sur vos relations avec l'OPIC ou avec tout autre organisme du gouvernement du Canada.

Pour prendre part à ce sondage, veuillez cliquer sur le lien qui suit, ou le copier-coller dans la fenêtre de votre navigateur :

INSÉRER L'ADRESSE URL

Si vous n'avez pas le temps de remplir le sondage en une seule séance, vous pourrez y retourner en cliquant sur le lien ci-dessus à nouveau.

Si vous avez des questions ou des préoccupations, ou si vous rencontrez des difficultés techniques en remplissant ce sondage, veuillez envoyer un courriel à l'adresse onlineresearch@environics.ca. Pour toute question relative à l'objectif de ce sondage, veuillez communiquer avec l'OPIC au 1-866-997-1936.

Ce sondage est enregistré auprès de l'Association de la recherche et de l'intelligence marketing (ARIM). Veuillez cliquer ici pour vérifier son authenticité.

Nous vous sommes reconnaissants de votre appui et vous remercions pour votre précieuse opinion.

PAGE D'ACCUEIL

Veuillez choisir la langue dans laquelle vous préférez répondre au sondage.

01 — Anglais

02 — Français

Bienvenue au sondage de l'***Office de la propriété intellectuelle du Canada (OPIC) sur la satisfaction de la clientèle***. Ce sondage est conçu de façon à nous aider à mieux comprendre les expériences des clients en ce qui concerne les services offerts par l'OPIC. Il vous faudra environ 15 minutes pour répondre à ce sondage. Votre participation à ce dernier est volontaire, et vos réponses demeureront strictement confidentielles.

Environics Research réalise ce sondage pour le compte de l'OPIC, un organisme de service spécial au sein d'Innovation, Sciences et Développement économique Canada.

< NOTE AU PROGRAMMATEUR : Toutes les questions sont obligatoires. >

Admissibilité

NOTE AUX LECTEURS : Les en-têtes ne seront pas montrés à l'écran aux répondants. Ils servent uniquement à organiser le contenu pour faciliter le travail de l'équipe de recherche.

1. Les premières questions porteront sur le principal moyen par lequel vous avez interagi avec l'OPIC au cours des 18 derniers mois.

   Êtes-vous un agent de propriété intellectuelle (PI) qui interagit avec l'OPIC au nom de ses clients?

   01 — Oui — AGENT — PASSER À Q.3
   02 — Non — POSER Q.2

2. Lequel des énoncés suivants décrit le mieux vos interactions avec l'OPIC au cours des 18 derniers mois?
   Veuillez sélectionner une seule réponse.

01 —	Un agent interagit avec l'OPIC en votre nom	REPRÉSENTÉ
02 —	Vous utilisez parfois un agent, et interagissez parfois vous-même avec l'OPIC	MÉLANGE
03 —	Vous interagissez vous-même avec l'OPIC pour toutes les questions concernant vos droits de propriété intellectuelle	NON REPRÉSENTÉ
04 —	Aucune de ces réponses	REMERCIER ET TERMINER : Ce sondage s'adresse aux clients ayant présenté au moins une demande de propriété intellectuelle au cours des 18 derniers mois

3. Lesquels des types suivants de propriété intellectuelle (PI) avez-vous présentés au cours des 18 derniers mois?
Veuillez sélectionner toutes les réponses qui s'appliquent.

01 — Brevet
02 — Marque de commerce
03 — Dessin industriel
04 — Aucune de ces réponses

REMERCIER ET TERMINER : **Ce sondage s'adresse aux clients ayant présenté l'un de ces types de PI au cours des 18 derniers mois.**

NOTE AUX LECTEURS : Les questions restantes porteront sur l'un des types de PI présentés par les répondants au cours des 18 derniers mois. Les priorités seront les suivantes : (1) dessin industriel (2) brevet et (3) marque de commerce. Elles devront refléter la disponibilité relative des échantillons et courriels (afin de nous assurer d'avoir suffisamment de réponses pour chaque SID).

SÉLECTION DU TYPE DE PI
Pour le reste de ce sondage, sauf indication contraire, veuillez répondre aux questions en pensant à votre expérience des services offerts par l'OPIC au cours des 18 derniers mois en ce qui concerne les [BREVETS/MARQUES DE COMMERCE/DESSINS INDUSTRIELS].

LES PRIORITÉS SERONT LES SUIVANTES : \
DESSIN INDUSTRIEL (Q3=03)
BREVET (Q3=01)
MARQUE DE COMMERCE (Q3=02)

SI REPRÉSENTÉ OU MÉLANGE : **Si vous n'êtes pas en mesure de répondre à une question parce que cet aspect de votre demande de PI a été traité par votre agent, veuillez sélectionner l'option « sans objet ».**

Satisfaction globale et utilisation ou appréciation des voies de communication

4. Dans l'ensemble, dans quelle mesure avez-vous été satisfait(e) des services qui vous ont été fournis par l'OPIC en ce qui concerne les [TYPE DE PI : brevets/marques de commerce/dessins industriels]?

01 — Très insatisfait(e)
02 — Insatisfait(e)
03 — Neutre
04 — Satisfait(e)
05 — Très satisfait(e)

5. Lesquelles des voies de communication suivantes avez-vous utilisées afin d'accéder aux produits et aux services de l'OPIC en ce qui concerne les [TYPE DE PI : brevets/marques de commerce/dessins industriels] au cours des 18 derniers mois?
Veuillez sélectionner toutes les réponses qui s'appliquent.

01 — Téléphone
02 — Site Web de l'OPIC — consulté à partir d'un ordinateur de bureau
03 — Site Web de l'OPIC — consulté à partir d'un appareil mobile
03 — Visite en personne
04 — Courriel
05 — Poste
06 — Télécopieur
99 — Aucune de ces réponses [RÉPONSE UNIQUE]

6. Dans quelle mesure avez-vous été satisfait(e) des services qui vous ont été fournis par l'OPIC...?
Veuillez sélectionner une seule réponse par élément.
MONTRER SEULEMENT LES ÉLÉMENTS CHOISIS À Q5

a. Au téléphone

b. Sur son site Web — consulté à partir d'un ordinateur de bureau

c. Sur son site Web — consulté à partir d'un appareil mobile

d. Durant votre visite en personne

e. Par courriel

f. Par la poste

g. Par télécopieur

01 — Très insatisfait(e)
02 — Insatisfait(e)
03 — Neutre
04 — Satisfait(e)
05 — Très satisfait(e)

Demande de PI

Les prochaines questions porteront sur le processus de dépôt d'une demande de PI.

7. REPRÉSENTÉS/NON REPRÉSENTÉS : Au cours des 18 derniers mois, avez-vous déposé une demande de PI pour un(e) ou des [TYPE DE PI : brevets/marques de commerce/dessins industriels]?
AGENTS : Au cours des 18 derniers mois, avez-vous déposé une demande de PI pour un(e) ou des [TYPE DE PI : brevets/marques de commerce/dessins industriels] au nom d'un client?

01 — Oui
02 — Non PASSER À LA SECTION SUIVANTE
03 — Incertain(e) PASSER À LA SECTION SUIVANTE

8. Dans l'ensemble, dans quelle mesure avez-vous été satisfait(e) des services qui vous ont été fournis par l'OPIC au cours du processus de dépôt d'une demande?

01 — Très insatisfait(e)
02 — Insatisfait(e)
03 — Neutre
04 — Satisfait(e)
05 — Très satisfait(e)

9. Dans quelle mesure êtes-vous en accord ou en désaccord avec les énoncés suivants, qui portent sur les services qui vous ont été fournis par l'OPIC au cours du processus de dépôt d'une demande?

Veuillez sélectionner une seule réponse par énoncé.

GRILLE — RÉPARTIR AU HASARD

a. On vous a informé(e) de tout ce que vous deviez faire pour présenter une demande de protection de propriété intellectuelle [Q17A1]

b. Les formulaires de demande étaient faciles à remplir

c. Il était facile de faire une recherche dans la base de données de l'OPIC sur les [TYPE DE PI : brevets/marques de commerce/dessins industriels]

d. La base de données de l'OPIC sur les [TYPE DE PI : brevets/marques de commerce/dessins industriels] contenait les informations recherchées

e. Le processus de dépôt d'une demande était efficace

f. Le processus de dépôt d'une demande a été conçu en tenant compte de vos besoins

01 — Fortement en désaccord
02 — En désaccord
03 — Neutre
04 — En accord
05 — Fortement en accord
99 — Je ne saurais dire

Examen

DEMANDER CETTE SECTION À L'ÉCHANTILLON TOTAL

10. Les prochaines questions porteront sur l'examen des demandes de PI. Dans l'ensemble, dans quelle mesure avez-vous été satisfait(e) des services qui vous ont été fournis par l'OPIC durant le processus d'examen d'une demande de [TYPE DE PI : brevet/marque de commerce/dessin industriel]?

01 — Très insatisfait(e)
02 — Insatisfait(e)
03 — Neutre
04 — Satisfait(e)
05 — Très satisfait(e)
99 — Je ne saurais dire

11. Dans quelle mesure êtes-vous en accord ou en désaccord avec les énoncés suivants, qui portent sur les services qui vous ont été fournis par l'OPIC au cours de l'examen de votre demande?

Veuillez sélectionner une seule réponse par énoncé.

GRILLE — RÉPARTIR AU HASARD

a. Les examinateurs possédaient de solides connaissances
b. Il était facile de joindre les examinateurs
c. Lorsque vous avez parlé à un ou des examinateurs, vous avez pu facilement le ou les comprendre
d. Les rapports d'examinateurs (c.-à-d. les actions administratives) sont faciles à comprendre [Q54A8]
e. Les décisions sont cohérentes d'un examinateur à l'autre
f. Le processus d'examen a été conçu en tenant compte de vos besoins

01 — Fortement en désaccord
02 — En désaccord
03 — Neutre
04 — En accord
05 — Fortement en accord
99 — Je ne saurais dire

12. Dans l'ensemble, dans quelle mesure êtes-vous satisfait(e) de la qualité des rapports écrits (c.-à-d. des actions administratives) d'examinateurs? [Q55]

01 — Très insatisfait(e)
02 — Insatisfait(e)
03 — Neutre
04 — Satisfait(e)
05 — Très satisfait(e)
99 — Je ne saurais dire

13. Dans quelle mesure êtes-vous en accord ou en désaccord avec les énoncés suivants?

Veuillez sélectionner une seule réponse par énoncé.

GRILLE — MONTRER DANS L'ORDRE

a. En général, les premières actions administratives sont reçues dans un délai raisonnable (une « première action administrative » réfère à la première communication écrite officielle reçue de l'OPIC et portant sur le bien-fondé de votre demande). [Q23A1]

b. Vous avez reçu les actions administratives subséquentes dans un délai raisonnable.

01 — Fortement en désaccord
02 — En désaccord
03 — Neutre
04 — En accord
05 — Fortement en accord
99 — Je ne saurais dire

14. BREVET/DESSIN INDUSTRIEL SEULEMENT : Au cours des 18 derniers mois, avez-vous utilisé le service d'examen accéléré des demandes de l'OPIC (un service bonifié utilisé pour accélérer cet examen)?

01 — Oui
02 — Non PASSER À LA SECTION SUIVANTE
99 — Incertain(e) PASSER À LA SECTION SUIVANTE

15. BREVET/DESSIN INDUSTRIEL SEULEMENT : Dans l'ensemble, dans quelle mesure avez-vous été satisfait(e) du service d'examen accéléré des demandes de l'OPIC?

01 — Très insatisfait(e)
02 — Insatisfait(e)
03 — Neutre
04 — Satisfait(e)
05 — Très satisfait(e)

Enregistrement ou octroi

16. Au cours des 18 derniers mois, avez-vous obtenu [TYPE DE PI : l'enregistrement d'une ou de marques de commerce/l'octroi d'un ou de brevets/l'enregistrement d'un ou de dessins industriels] [AGENTS : au nom de vos clients]?

01 — Oui
02 — Non PASSER À Q18
99 — Incertain(e) PASSER À Q18

17. Dans l'ensemble, dans quelle mesure avez-vous été satisfait(e) du délai nécessaire pour obtenir [SÉLECTIONNER EN FONCTION DU TYPE DE PI : l'enregistrement d'une ou plusieurs marques de commerce/l'octroi d'un ou plusieurs brevets/l'enregistrement d'un ou plusieurs dessins industriels]?

01 — Très insatisfait(e)
02 — Insatisfait(e)
03 — Neutre
04 — Satisfait(e)
05 — Très satisfait(e)

18. NON REPRÉSENTÉS/REPRÉSENTÉS SEULEMENT SI LE TYPE DE PI = BREVET : Au cours des 18 derniers mois, avez-vous présenté une demande de brevet qui a ensuite été abandonnée?

01 — Oui
02 — Non
99 — Incertain(e)

19. NON REPRÉSENTÉS/REPRÉSENTÉS SEULEMENT SI LE TYPE DE PI = MARQUE DE COMMERCE OU DESSIN INDUSTRIEL : Au cours des 18 derniers mois, avez-vous vécu l'une des situations suivantes?

a) Votre demande de [TYPE DE PI : marque de commerce/dessin industriel] a été abandonnée
b) Votre demande de [TYPE DE PI : marque de commerce/dessin industriel] a été refusée

01 — Oui
02 — Non
99 — Incertain(e)

Aspects relatifs aux services supplémentaires

DEMANDER CETTE SECTION À L'ÉCHANTILLON TOTAL

20. Pensez à nouveau aux services de l'OPIC en matière de [TYPE DE PI : brevets/marques de commerce/dessins industriels]; dans quelle mesure êtes-vous en accord ou en désaccord avec les énoncés suivants?
Veuillez sélectionner une seule réponse par énoncé.

GRILLE — RÉPARTIR AU HASARD

a. L'identité de la personne avec qui communiquer à l'OPIC pour recevoir des services est clairement établie [Q12A1]

b. Il vous est facile de joindre le bon employé à l'OPIC pour discuter de vos problèmes ou de vos besoins [Q12A3]

c. En fin de compte, l'OPIC vous a fourni toute l'information dont vous aviez besoin [Q12A4]

d. Vous avez été en mesure de joindre un employé de l'OPIC par l'entremise de votre voie de communication préférée (p. ex., par téléphone, par courriel, en personne)

e. Vous avez facilement pu avoir accès aux documents relatifs à votre ou vos dossiers

01 — Fortement en désaccord
02 — En désaccord
03 — Neutre
04 — En accord
05 — Fortement en accord
99 — Je ne saurais dire

21. Dans l'ensemble, dans quelle mesure avez-vous été satisfait(e) de la simplicité de l'accès aux services de l'OPIC?

01 — Très insatisfait(e)
02 — Insatisfait(e)
03 — Neutre
04 — Satisfait(e)
05 — Très satisfait(e)

22. Dans quelle mesure êtes-vous en accord ou en désaccord avec l'énoncé suivant?

Vous avez été tenu(e) au courant du statut de la ou des demandes de PI à toutes les étapes du processus.

01 — Fortement en désaccord
02 — En désaccord
03 — Neutre
04 — En accord
05 — Fortement en accord
99 — Je ne saurais dire

23. Pensez aux services de l'OPIC en matière de [TYPE DE PI : brevets/marques de commerce/dessins industriels]; dans quelle mesure êtes-vous en accord ou en désaccord avec les énoncés suivants? *Veuillez sélectionner une seule réponse par énoncé.*

GRILLE — RÉPARTIR AU HASARD

a. Le personnel de l'OPIC agissait de façon professionnelle

b. Le personnel de l'OPIC (outre les examinateurs), par exemple le personnel de première ligne et le personnel de soutien, possédait de solides connaissances

c. Le personnel de l'OPIC comprenait vos besoins

d. Le personnel de l'OPIC comprenait l'importance de son rôle dans le processus de PI

e. Les problèmes rencontrés dans le processus d'accès aux services ont été facilement résolus

f. Les services ont été offerts dans la langue officielle de votre choix

g. Le personnel de l'OPIC n'a rien ménagé pour s'assurer que vos besoins étaient comblés

h. Le personnel de l'OPIC a répondu à vos demandes et requêtes dans un délai raisonnable [Q23A3 – FORMULATION RÉVISÉE]

01 — Fortement en désaccord
02 — En désaccord
03 — Neutre
04 — En accord
05 — Fortement en accord
99 — Je ne saurais dire

24. Dans quelle mesure êtes-vous en accord ou en désaccord avec les énoncés suivants? *Veuillez sélectionner une seule réponse par énoncé.*

GRILLE — RÉPARTIR AU HASARD

a. Les services en ligne de l'OPIC ont su répondre à vos besoins

b. Le site Web de l'OPIC comportait de l'information adaptée à vos besoins

c. Les services en ligne de l'OPIC sont faciles à trouver

d. Il est facile de faire des opérations en ligne

e. Vous êtes convaincu(e) que les renseignements personnels fournis par l'entremise du site Web de l'OPIC sont protégés

f. L'information que vous recherchiez en ligne était facile à trouver

g. Le site Web de l'OPIC a été conçu en tenant compte de vos besoins

h. POSER SI MENTIONS MULTIPLES À Q3 : Les services en ligne de l'OPIC sont uniformes parmi toute la gamme d'activités (c.-à-d. les brevets, les marques de commerce et les dessins industriels)

01 — Fortement en désaccord
02 — En désaccord
03 — Neutre
04 — En accord
05 — Fortement en accord
99 — Je ne saurais dire

25. SI CODES 1-2 À Q24a Vous avez indiqué que les services en ligne de l'OPIC n'ont pas su répondre à vos besoins. En quoi n'ont-ils pas répondu à vos besoins?

QUESTION OUVERTE, ZONE DE TEXTE

99 — Je préfère ne pas répondre

26. Dans quelle mesure êtes-vous en accord ou en désaccord avec les énoncés suivants?

Veuillez sélectionner une seule réponse par énoncé.

GRILLE — RÉPARTIR AU HASARD

a. Le processus de paiement électronique de l'OPIC est facile à utiliser

b. Une réponse aux questions portant sur l'état du paiement est donnée dans un délai raisonnable [Q28A3]

01 — Fortement en désaccord
02 — En désaccord
03 — Neutre
04 — En accord
05 — Fortement en accord
99 — Je ne saurais dire

27. Dans quelle mesure êtes-vous en accord ou en désaccord avec les énoncés suivants?

Veuillez sélectionner une seule réponse par énoncé.

GRILLE — RÉPARTIR AU HASARD

a. Les erreurs sont facilement corrigées par l'OPIC

b. Dans l'ensemble, l'OPIC ne commet pas d'erreurs dans sa prestation de services

c. Dans l'ensemble, vous avez reçu un niveau de service uniforme dans le cadre de toutes vos interactions avec l'OPIC

01 — Fortement en désaccord
02 — En désaccord
03 — Neutre
04 — En accord
05 — Fortement en accord
99 — Je ne saurais dire

28. Dans quelle mesure êtes-vous en accord ou en désaccord avec l'énoncé suivant?

Les produits ou services fournis par l'OPIC en valent le coût. [Q31/2008 – formulation révisée]

01 — Fortement en désaccord
02 — En désaccord
03 — Neutre
04 — En accord
05 — Fortement en accord
99 — Je ne saurais dire

Autres services

Veuillez répondre aux prochaines questions en pensant à votre expérience des services de l'OPIC en général.

29. POSER SI EXPÉRIENCE EN MATIÈRE DE MARQUES DE COMMERCE (SI Q3=2) : **Au cours des 18 derniers mois, avez-vous pris part à une procédure d'opposition ou une procédure sommaire de radiation?**

    01 — Oui
    02 — Non PASSER À Q31
    03 — Incertain(e) PASSER À Q31

30. SI Q29=01 : **Dans l'ensemble, dans quelle mesure avez-vous été satisfait(e) des services qui vous ont été fournis par l'OPIC durant votre ou vos procédures d'opposition ou votre ou vos procédures sommaires de radiation?**

    Remarque : Nous souhaitons connaître votre degré de satisfaction à l'égard des services reçus, plutôt qu'à l'égard d'une décision rendue au terme de cette procédure.

    01 — Très insatisfait(e)
    02 — Insatisfait(e)
    03 — Neutre
    04 — Satisfait(e)
    05 — Très satisfait(e)

31. POSER SI EXPÉRIENCE EN MATIÈRE DE BREVETS OU DE DESSINS INDUSTRIELS (SI Q3=1 OU 3) : **Au cours des 18 derniers mois, avez-vous eu affaire à la Commission d'appel des brevets?**

    01 — Oui
    02 — Non PASSER À LA SECTION SUIVANTE
    03 — Incertain(e) PASSER À LA SECTION SUIVANTE

32. SI Q31=01 : **Dans l'ensemble, dans quelle mesure avez-vous été satisfait(e) des services qui vous ont été fournis par l'OPIC lorsque vous avez eu affaire à la Commission d'appel des brevets?**

    Remarque : Nous souhaitons connaître votre degré de satisfaction à l'égard des services reçus, plutôt qu'à l'égard d'une décision rendue par la Commission d'appel des brevets.

    01 — Très insatisfait(e)
    02 — Insatisfait(e)
    03 — Neutre
    04 — Satisfait(e)
    05 — Très satisfait(e)

Services d'information

DEMANDER AUX CLIENTS NON REPRÉSENTÉS ET AUX CLIENTS REPRÉSENTÉS SEULEMENT — SI AGENTS, PASSER À LA SECTION SUIVANTE

33. Avant aujourd'hui, saviez-vous que l'OPIC offrait des services visant à sensibiliser et à éduquer les Canadiens à propos de la propriété intellectuelle? Ces services incluent un éventail de documents d'information sur la PI, la tenue de séminaires et d'événements ainsi que l'accès à des employés de l'OPIC ayant pour rôle de vous aider à mieux comprendre l'importance de la PI et de discuter de votre stratégie en la matière.

    01 — Oui, je le savais
    02 — Non, je ne le savais pas
    99 — Incertain(e)

34. Dans quelle mesure êtes-vous en accord ou en désaccord pour dire que ces types de services relatifs à la PI sont utiles pour des entreprises comme la vôtre ou des personnes comme vous?

    01 — Fortement en désaccord
    02 — En désaccord
    03 — Neutre
    04 — En accord
    05 — Fortement en accord
    99 — Je ne saurais dire

Conclusion

35. Aimeriez-vous ajouter d'autres commentaires sur la façon dont l'OPIC pourrait améliorer ses services ou ses produits?

    QUESTION OUVERTE, ZONE DE TEXTE

    99 — Aucun commentaire

Profil du/de la répondant(e)

Il ne nous reste que quelques questions à vous poser; elles nous aideront à classer vos réponses à des fins d'analyse.

36. NON REPRÉSENTÉS ET REPRÉSENTÉS SEULEMENT : Lequel des énoncés suivants vous décrit le mieux? La demande de propriété intellectuelle que vous avez présentée, qui a été enregistrée ou qui a été octroyée...?

    Veuillez sélectionner une seule réponse.

    01 — Vous est personnellement associée
    02 — Est associée à votre entreprise
    03 — Vous est personnellement associée en partie, et est associée à votre entreprise en partie

37. NON REPRÉSENTÉS ET REPRÉSENTÉS SEULEMENT : Au cours des 18 derniers mois, combien de procédures distinctes de demande de [TYPE DE PI : brevets/marques de commerce/dessins industriels] avez-vous entreprises auprès de l'OPIC?

01 — 1
02 — 2
03 — 3
04 — 4
05 – 5 et plus
99 — Incertain(e)

38. SI AGENT OU (Q36=02-03 POUR LES REPRÉSENTÉS/NON REPRÉSENTÉS) : Combien d'employés travaillent dans l'ensemble des emplacements de votre entreprise au pays? Par cela, nous entendons les employés à temps plein et les employés à temps partiel, mais non les contractuels. Veuillez compter les employés à temps partiel en fonction du nombre d'équivalents temps plein.

07 — Aucun employé (vous êtes travailleur[se] autonome)
01 — De 1 à 4 employés
02 — De 5 à 49 employés
03 — De 50 à 99 employés
04 — De 100 à 199 employés
05 — De 200 à 499 employés
06 – 500 employés et plus
99 — Je préfère ne pas répondre

39. I SI AGENT : Quels secteurs d'activité représentez-vous le plus souvent lorsque vous agissez au nom de clients en matière de PI? *Veuillez sélectionner toutes les réponses qui s'appliquent.*

SI NON REPRÉSENTÉS/REPRÉSENTÉS : À quel secteur d'activité votre PI est-elle associée? *Veuillez sélectionner toutes les réponses qui s'appliquent.*

01 — Agriculture, foresterie, pêche et chasse
02 — Extraction minière, exploitation en carrière, et extraction de pétrole et de gaz
03 — Services publics
04 — Construction
05 — Fabrication
06 — Commerce de gros
07 — Commerce de détail
08 — Transport et entreposage
09 — Industrie de l'information et industrie culturelle
10 – Finance et assurances
11 — Services immobiliers et services de location et de location à bail
12 — Services professionnels, scientifiques et techniques
13 — Gestion de sociétés et d'entreprises
14 — Services administratifs, services de soutien, services de gestion des déchets et services d'assainissement
15 — Services d'enseignement
16 — Soins de santé et assistance sociale
17 — Arts, spectacles et loisirs
18 — Services d'hébergement et de restauration
19 — Administrations publiques
97 — Autre (VEUILLEZ PRÉCISER) _____
99 — Je préfère ne pas répondre

40. AGENTS SEULEMENT : Depuis combien d'années travaillez-vous dans le domaine de la PI?

01 — De 0 à 5 ans
02 — De 6 à 10 ans
03 — De 11 à 15 ans
04 — De 16 à 20 ans
05 – 21 ans et plus

41. AGENTS SEULEMENT : Au cours des 18 derniers mois, avez-vous personnellement travaillé avec ces clients internationaux nécessitant des services de PI au Canada?

Veuillez sélectionner toutes les réponses qui s'appliquent.

01 — Clients aux États-Unis
02 — Clients en Europe
03 — Clients en Asie
97 — Autre (VEUILLEZ PRÉCISER) _____
99 — Je préfère ne pas répondre

42. Dans quelle province ou quel territoire demeurez-vous?
Veuillez sélectionner une seule réponse.

01 — Colombie-Britannique
02 — Alberta
03 — Saskatchewan
04 — Manitoba
05 — Ontario
06 — Québec
07 — Nouveau-Brunswick
08 — Nouvelle-Écosse
09 — Île-du-Prince-Édouard
10 — Terre-Neuve-et-Labrador
11 — Yukon
12 — Territoires du Nord-Ouest
13 — Nunavut

43. À quel genre vous identifiez-vous?

Veuillez sélectionner une seule réponse.

01 — Femme
02 — Homme
03 — Autre
99 — Je préfère ne pas répondre

Voilà qui termine le sondage. Si vous souhaitez fournir des commentaires au sujet d'autres services offerts par l'OPIC, veuillez communiquer avec Melanie Morris-Jenkins, Directrice de l'analyse opérationnelle, OPIC, à l'adresse Melanie.morris-jenkins@canada.ca.

Au nom de l'Office de la propriété intellectuelle du Canada, nous vous remercions de nous avoir fait part de votre opinion

Les résultats de ce sondage seront disponibles sur le site Web de l'OPIC au cours des prochains mois.